

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini digolongkan kepada penelitian asosiatif. Metode asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk menguji hubungan antara dua variabel atau lebih. Lebih lanjut Santoso (2021:21) menyatakan penelitian asosiatif dapat dilakukan untuk menguji hubungan sebab-akibat atau hubungan tidak langsung. Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan pengaruh *online customer rating* dan persepsi harga sebagai variabel independen terhadap keputusan pembelian sebagai variabel dependen

3.2. Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah pada Bulan Juli 2024.

3.3. Variabel Penelitian

Menurut Santoso (2021:21), variabel adalah sebagai suatu atribut atau sifat yang dapat diamati dan mempunyai variasi nilai. Atribut atau sifat adalah sesuatu yang melekat pada suatu objek.

3.3.1. Variabel Dependen

Menurut Santoso (2021:22) variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi Variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y)

3.3.2. Variabel Independen

Menurut Santoso (2021:22) variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel ini tidak dipengaruhi oleh variabel lain sebaiknya disebut sebagai variabel pengaruh karena variabel ini dipengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah *online customer rating* (X_1), dan persepsi harga (X_2).

3.4. Populasi Sampel

3.4.1. Populasi

Menurut sugiyono (2022:130), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Maka populasi adalah keseluruhan objek atau subjek dalam peneliti. Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh Mahasiswi Aktif Angkatan 2020-2023 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah Padang sebanyak 549 mahasiswi dari prodi manajemen dan kewirausahaan.

3.4.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2022:132), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. teknik *simple random sampling* yang dihitung menggunakan rumus *slovin*. Rumus *slovin* adalah perhitungan yang digunakan untuk menentukan ukuran atau jumlah sampel dengan syarat jumlah populasi besar yang dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N.(e)^2 + 1}$$

Dimana:

n = Jumlah Sampel

N =Jumlah populasi

E =Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) (5%) (10%) (1%)

Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini :

$$n = \frac{549}{549 \cdot (0,05)^2 + 1}$$

$$n = \frac{549}{6,49}$$

$$n = 84,59 = 84$$

Berdasarkan hasil perhitungan maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 84 responden. Menurut Sugiyono (2022:131) *sampling* adalah pemilihan sekelompok subjek yang didasarkan atas ciri-ciri yang sudah diketahui sebelumnya, dengan kata lain unit sampel yang dihubungi sesuai dengan kriteria tertentu yang ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian. Kriteria yang akan menjadi responden dalam penelitian ini yaitu:

Tabel 3.1.
Kriteria sampel

No.	Kriteria Sampel
1.	Mahasiswi aktif angkatan 2020-2023 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah .
2.	Pernah melakukan pembelian <i>skincare bening's</i> di <i>Marketplace Shopee</i>

Berdasarkan tabel 3.1 di atas tentang kriteria sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif angkatan 2020-2023 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah terdapat dua prodi yaitu manajemen dan kewirausahaan berikut jumlah mahasiswanya yang di sajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.2.
Data Jumlah Mahasiswi Aktif Angkatan 2020-2023
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah

No	Jurusan	Tahun Angkatan				Jumlah
		2020	2021	2022	2023	
1	Manajemen	90	179	80	154	503
2	Kewirausahaan	9	10	14	13	46
Total Mahasiswi						549

Sumber: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah

Tabel 3.3.
Sampel Responden Sampling

No	Jurusan/ Tahun Angkatan	Perhitungan	Jumlah
1	Manajemen/2020	$\frac{90}{549} \times 84 = 13,77$	14
2	Manajemen/ 2021	$\frac{179}{549} \times 84 = 27,38$	27
3	Manajemen/ 2022	$\frac{80}{549} \times 231 = 12,24$	12
4	Manajemen/2023	$\frac{154}{549} \times 231 = 23,56$	23
5	Kewirausahaan/2020	$\frac{9}{549} \times 231 = 1,37$	1
6	Kewirausahaan/2021	$\frac{10}{549} \times 84 = 1,53$	1
7	Kewirausahaan/2022	$\frac{13}{549} \times 84 = 1,98$	2
8	Kewirausahaan/2023	$\frac{14}{549} \times 84 = 2,14$	2
Total Responden			84

3.5. Jenis Data dan Sumber Data

3.5.1. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Data kuantitatif data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada Mahasiswi angkatan 2020-2023 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah Padang yang pernah membeli *skincare bening's* di Shopee.

3.5.2. Sumber Data

Pada penelitian ini sumber data yang digunakan ada dua yaitu sebagai berikut:

1. Data primer adalah data yang didapatkan secara langsung dari responden yang menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada Mahasiswi aktif angkatan 2020-2023 Fakultas Ekonomi Universitas Baiturrahmah Padang yang pernah membeli *skincare bening's* di Shopee, yang mana peneliti melakukan penyebaran kuesioner untuk mendapatkan data primer.
2. Data sekunder merupakan data yang didapatkan dari pihak lain, tidak langsung didapatkan langsung dari objek penelitian. Melainkan melalui internet, buku-buku yang menjadi referensi peneliti, data internal perusahaan seperti data/dokumen lain yang mendukung penelitian.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah langkah yang penting dalam kegiatan penelitian. Untuk mendapatkan data secara objektif dan akurat sesuai dengan keperluan penelitian. Dalam penelitian ini ada teknik pengumpulan data yang digunakan adalah :

- a) Kuesioner adalah pengumpulan data dengan menyerahkan pertanyaan dan pernyataan yang berisikan tentang indikator dari variabel penelitian yang diteliti untuk diisi oleh responden. Dalam teknik ini peneliti membagikan sebanyak 89 lembar kuesioner kepada Mahasiswi aktif angkatan 2020-2023 Fakultas Ekonomi Universitas Baiturrahmah Padang yang pernah membeli *skincare bening's* di Shopee.
- b) Studi Kepustakaan adalah pengumpulan data sebagai kajian teori tentang keputusan pembelian, *online customer rating* dan persepsi harga yang diperoleh dari berbagai buku, jurnal, dan artikel terkait.

3.7. Instrumen Penelitian

Instrumen merupakan alat yang digunakan dalam melakukan penelitian, pada penelitian ini yang menjadi instrumen penelitian yaitu kuesioner. Kuesioner merupakan pengumpulan data dengan menyerahkan pertanyaan dan pernyataan yang berisikan tentang indikator dari variabel penelitian yang diteliti untuk diisi oleh responden. Kuesioner digunakan karena lebih fleksibel dan tidak memakan waktu yang lama, kuesioner dapat diukur dengan skala *likert*.

Menurut Sugiyono (2019:147), skala *likert* adalah alat untuk mengukur sikap atau pandangan seseorang terhadap suatu fenomena yang terjadi. Skala ini dicantumkan dalam kuesioner dalam bentuk angka yang menjadi bobot bagi setiap jawaban responden. Berikut tabel dari bobot nilai jawaban responden:

Tabel 3.4.
Bobot Penilaian Jawaban Responden

Pernyataan Sikap	Bobot Penilaian
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2019:147)

Pada penelitian ini yang menjadi peneliti juga menggunakan instrumen penelitian untuk daftar pernyataan dan pertanyaan tentang kuesioner. Berikut tabel instrumen penelitian tentang *online customer rating* dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian di *Marketplace* Shopee Pada Mahasiswi FEB Universitas Baiturrahmah yang disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.5.
Instrumen Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pertanyaan	Sumber
Keputusan Pembelian (Y)	keputusan pembelian adalah kerangka kinerja atau sesuatu yang mewakili apa yang diyakini Mahasiswi FEB Universitas Baiturrahmah dalam mengambil keputusan membeli <i>skincare bening's</i> di <i>Marketplace</i> Shopee.	1. Jumlah Pembelian 2. Frekuensi Pembelian 3. Loyalitas merek 4. Kepuasan konsumen 5. Rekomendasi konsumen	1-2 3-4 5-6 7-8 9-10	Sopiah dan Sangadji (2021:124)
<i>Online Customer Rating</i> (X ₁)	<i>Online customer rating</i> adalah penilaian yang diberikan oleh Mahasiswi FEB Universitas Baiturrahmah yang terhadap <i>skincare bening's</i> secara online di <i>Marketplace</i> Shopee. Penilaian ini dapat berupa angka, bintang, atau komentar di <i>Marketplace</i> Shopee.	1. Jumlah <i>rating</i> 2. Rata-rata <i>rating</i> 3. Kualitas komentar 4. Waktu penilaian 5. Distribusi <i>rating</i>	1-2 3-4 5-6 7-8 9-10	Kotler & Keller (2019:503-504)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pertanyaan	Sumber
Persepsi Harga (X ₂)	persepsi harga adalah suatu proses dimana Mahasiswi FEB Univesitas Baiturrahmah Padang yang membeli <i>skincare bening's</i> di <i>Marketplace</i> Shopee menginterpretasikan nilai harga atau atribut <i>skincare bening's</i> yang diharapkan, saat Mahasiswi FEB Univesitas Baiturrahmah Padang mengevaluasi dan meneliti harga <i>skincare bening's</i> di <i>Marketplace</i> Shopee sebagian besar dipengaruhi oleh perilaku mahasiswi itu sendiri.	1. Kinerja produk 2. Daya tahan produk, 3. Keandalan produk, 4. Harga yang terjangkau 5. Harga absolut 6. Harga yang relatif.	1-2 3-4 5-6 7-8 9-10 11-12	Sopiah dan Sangadji (2021:133)

3.8. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.8.1. Uji Validitas

Sahir (2021:31), mendefinisikan uji validitas adalah uji yang dilakukan untuk menguji ketepatan dari instrumen penelitian dalam mengukur apa yang hendak diukur. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang harus diukur dalam setiap butir pernyataan atau pertanyaan kuesioner. Uji validitas dapat diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

N = Jumlah responden

$\sum X$ = Jumlah skor total x

ΣY = Jumlah skor total Y

ΣXY = Jumlah hasil kali perkalian antara X dan Y

ΣX^2 = Jumlah kuadrat dari x

ΣY^2 = Jumlah kuadrat dari y

Ketentuan dalam uji validitas yaitu jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk responden n 30 adalah 0,361, maka dapat dikatakan semua item pertanyaan adalah valid atau sebaliknya.

3.8.2. Uji Reliabilitas

Menurut Sahir (2021:33) reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Sebuah kuesioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan atau pertanyaan kuesioner konsisten dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas diukur dengan *alpha cronbach* dengan rumus sebagai berikut:

$$Rac = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan:

Rac = koefisien reliabilitas *cronbach alpha*

K = banyak item pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = total varians item pertanyaan

σt^2 = jumlah atau total varians pertanyaan

Ketentuan dalam uji reliabilitas jika koefisien *alpha cronbach* $> 0,60$ maka artinya setiap item dalam kuesioner hasilnya reliabel. Ada beberapa kriteria dalam mengukur reliabilitas suatu kuesioner dengan nilai *alpha cronbach* dengan kriteria sebagai berikut:

1. < 0,60 artinya tidak reliabel
2. 0,60- 0,70 artinya akseptabel
3. 0,70- 0,80 artinya baik
4. >0,80 artinya reliabel

3.9. Tingkat Capaian Responden (TCR)

Menurut Sugiyono (2019:53), analisis deskriptif yaitu metode penelitian yang memberikan gambaran mengenai situasi dan kejadian sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar berlaku. Pada penelitian ini analisis deskriptif dihitung dengan tingkat capaian responden yang merupakan suatu cara untuk mengetahui masing-masing kategori dari setiap variabel. Tingkat capaian responden dapat dihitung dalam rumus sebagai berikut:

$$TCR = \frac{Rs}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

TCR = Tingkat Capaian Responden

Rs = Rata-rata skor jawaban responden

n = Jumlah skor minimum

Untuk mengukur tingkat capaian jawaban responden terdiri dari sebagai berikut:

Jika TCR berkisar 80%-100% = Sangat Baik

Jika TCR berkisar 60% - 79,99% = Baik

Jika TCR berkisar 40% - 59,99% = Cukup baik

Jika TCR berkisar 20% - 39,9% = Cukup

Jika TCR berkisar 0% - 19,99% = Kurang Baik

3.10. Teknik Analisis Data

Pada penelitian tentang pengaruh *online customer rating* dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian *skincare* di *Marketplace* Shopee, peneliti menggunakan dua teknik analisis data dalam memudahkan memecahkan permasalahan yaitu uji asumsi klasik dan uji analisis regresi linear berganda.

3.10.1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk memperoleh hasil yang akurat dan tidak menyimpang, dalam uji asumsi klasik yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Ghozali (2021:196), mendefinisikan uji normalitas adalah uji yang digunakan dalam menentukan nilai residu terdistribusi normal atau tidak dan melihat kesalahan terjadi yaitu bahwa tes normalitas dilakukan untuk setiap variabel. Apabila variabel tidak memiliki nilai distribusi normal maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan.

Uji normalitas dapat diukur dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Uji normalitas memiliki kriteria penilaian uji sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ atau 5% maka artinya data berdistribusi normal
2. Jika nilai signifikan $< 0,05$ atau 5% maka artinya data tidak berdistribusi normal yang mana .

2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2021:178), uji heteroskedastisitas merupakan uji yang melihat apakah ada perbedaan yang sama atau tidak antara satu residu dengan residu lainnya. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah pada suatu

model regresi terjadi tidak cocoknya varians dari residu pada satu pengamatan terhadap pengamatan lainnya.

3. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2021:157), uji multikolinieritas dirancang untuk menentukan apakah ada korelasi yang tinggi antara variabel independen dalam model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi antara variabel independen hubungan antara variabel independen dan variabel dependen terganggu. Uji multikolinearitas dapat diukur dengan *variance inflation factor* (VIF). Berikut adalah kriteria uji multikolinearitas:

1. Jika nilai VIF < 10 atau nilai *tolerance* > 0,01, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
2. Jika nilai VIF > 10 atau nilai *tolerance* < 0,01, maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.

4. Uji Autokorelasi

Menurut Ghazali, (2021:162), uji autokorelasi dapat muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu yang berkaitan satu sama lainnya. Permasalahan ini muncul karena residual tidak bebas pada satu observasi ke observasi lainnya. Untuk model regresi yang baik adalah pada model regresi yang bebas dari autokorelasi.. Salah satu ukuran menentukan ada tidaknya masalah Autokorelasi dengan uji *durbin-watson* (DW) dengan ketentuan:

1. Terjadi Autokorelasi positif jika nilai DW < -2
2. Tidak terjadi Autokorelasi jika nilai DW diantara -2 sampai +2 (lulus uji Autokorelasi)
3. Terjadi Autokorelasi negatif jika nilai DW > +2

3.10.2. Analisis Regresi Linear Berganda

1. Uji Regresi Linier Berganda

Sugiyono (2022:286), mengatakan analisis regresi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- Y' : Keputusan pembelian
- X_1 dan X_2 : *Online customer rating* dan persepsi harga
- a : Konstanta (nilai Y' apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)
- b : Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)
- E : eror

2. Uji T

Menurut Sugiyono (2022:257) Uji statistik T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel dependen independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji T tujuannya untuk melihat sejauh mana pengaruh secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Pengujian ini dilakukan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen (X_1, X_2, X_3) secara parsial terhadap variabel dependen. Rumus yang digunakan untuk perhitungan uji t sebagai berikut:

$$t_o = \frac{b_i}{s_{b_i}}$$

Keterangan:

b_i = Koefisien regresi X_1

s_{b_i} = Koefisien standar atas koefisien regresi X_1

t_o = Nilai yang dihitung/ diobservasi

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau signifikan $\leq 0,05$ maka H_a diterima H_0 ditolak
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau signifikan $> 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima.

3. Uji F

Menurut Sugiyono (2022:267), uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji F dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$$F_o = \frac{R^2 k - 1}{(1 - R^2)/(n - 1)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien (determinan) berganda

n = Besar sampel (banyak data)

k = Banyak variabel independen

Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan signifikan $< 0,05$ artinya berpengaruh terhadap Variabel X_1 , X_2 , dan X_3 secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

4. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2022:249), uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai 1. Uji koefisien determinasi dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Rumus: } R^2 = \frac{ESS}{TSS}$$

Keterangan

$ESS = \text{Explained Sum Square}$ (Jumlah kuadrat yang jelas)

$TSS = \text{Total Sum Square}$ (Jumlah total kuadrat)

Besarnya koefisien determinasi R^2 berada diantara 0 dan 1 atau $0 < R^2 < 1$ artinya, Semakin besar R^2 yang diperoleh dari hasil perhitungan (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen semakin besar.

