

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

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 mahasiswa Abm yang pernah melakukan transaksi di Shopee yang berada di wilayah Kota Malang.

### 3.2.2 Sampel penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang mewakili 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, Ikanita Novirina, 2012) sebagai berikut :

Keterangan :

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

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% (0,1)  
Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

### 3.3 Variabel, Operasional dan Pengukuran

#### 3.3.1 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2007), Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel lain (dalam hal ini adalah variabel dependen). Variabel ini biasanya juga disebut sebagai variabel bebas karena sifatnya yang bebas untuk mempengaruhi variabel yang lain. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen. Variabel ini juga disebut sebagai variabel terikat karena keberadaan variabel ini akan selalu disebabkan atau dipengaruhi oleh sesuatu (yaitu variabel bebas).

Definisi operasionalisasi dalam penelitian ini menjelaskan dari masing-masing variabel *E-wom*, *Produk Review*, *Brand Image* dan *Minat Beli*.

a. Variabel Bebas (X)

Adanya pengaruh terhadap hasil pada variabel bebas, lalu diberi symbol huruf X. Berikut ini variabel bebas terdiri dari :

- 1) *E-wom*
- 2) *Produk Review*
- 3) *Brand Image*

b. Variabel Terikat (Y)

Variabel bebas dapat berpengaruh oleh variabel terikat. Maka, penelitian ini variabel terikat adalah *Minat Beli* dengan diberi symbol Y.

#### 3.3.2 Definisi Operasional 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.

1. E-WOM (X1) adalah Media komunikasi untuk saling berbagi informasi mengenai suatu produk atau jasa antar konsumen yang tidak saling mengenal dan bertemu sebelumnya (Gruen et al., 2006).

- A. Definisi Operasional : Media komunikasi untuk saling berbagi informasi antar konsumen mengenai suatu produk pada marketplace Shopee.
  - B. Indikator : Kualitas informasi, Kredibilitas informasi, dan Adopsi informasi (Sussman & Siegal, 2003).
- 2. Produk Review (X2) adalah testimoni mengenai kualitas suatu produk atau jasa berdasarkan pengalaman langsung penggunaannya. Lackermair, Kailer, dan Kanmaz menyampaikan bahwa review produk adalah ulasan dari pelanggan secara tertulis yang menjelaskan mengenai karakteristik (disadvantage & advantage) dari sebuah produk berdasarkan dari pengalaman pribadi.
  - A. Definisi Operasional : produk review adalah ulasan dari pelanggan secara tertulis yang menjelaskan mengenai karakteristik sebuah produk berdasarkan pengalaman pribadi.
  - B. Indikator : Popularitas produk, Kesadaran, Pengaruh, Sumber Informasi
- 3. Brand Image : tanggapan konsumen akan suatu merek yang didasarkan atas baik dan buruknya merek yang diingat konsumen.
  - A. Definisi Operasional : Kesan mengenai merek yang tersimpan dalam ingatan konsumen.
  - B. Indikator : Pelayanan, Keunikan, Kualitas dan Mutu
- 4. Minat Beli : sikap kecenderungan perilaku konsumen untuk membeli suatu produk yang dalam proses pembeliannya dari mencari informasi produk hingga tindakan berhubungan dengan pembelian.
  - A. Definisi Operasional : Kecenderungan perilaku konsumen untuk membeli suatu produk.
  - B. Indikator : Refrensi, Preferensial.

### 3.3.3 Pengukuran Variabel

Untuk mengukur variabel yang digunakan dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala dan untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial (Riduwan & Sunarto, 2017). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis instrumen angket dengan pemberian skor sebagai berikut :

Skala Pengukuran :

**Tabel 3.1 Skala Pengukuran**

Pertanyaan	Bobot
a. Sangat Tidak Setuju	1
b. Tidak Setuju	2
c. Kurang Setuju	3
d. Setuju	4
e. Sangat Setuju	5

## 3.4 Metode Pengumpulan Data

### 3.4.1 Data

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.

### 3.4.2 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 responden. 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.