

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

### **3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, yang dipilih karena kemampuannya untuk memberikan data dalam bentuk angka yang dapat diukur. Menguji hipotesis yang telah dibuat sebelumnya, menentukan korelasi antara variabel, dan menyajikan hasilnya secara statistik atau numerik adalah tujuan utama pendekatan kuantitatif (Syahrums & Salim, 2012). Pada tahap analisis data, data-data berupa angka tersebut akan dikumpulkan kemudian akan dianalisis dan diperiksa secara menyeluruh. Jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden untuk pertanyaan berfungsi sebagai sumber utama data penelitian. Studi ini melihat dua faktor utama: variabel terikat yang terkait dengan pilihan pembelian dan variabel bebas terkait dengan *electronic word of mouth* (e-WOM) dan *online consumer review* (OCR). Dalam hal ini, penelitian bertujuan untuk menganalisis serta memahami hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dalam konteks keputusan pembelian menggunakan pendekatan ini.

### **3.2. Waktu dan Tempat Penelitian**

#### **3.2.1. Waktu Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini dimulai setelah proposal skripsi ini disahkan, yakni pada bulan Januari dan berlangsung hingga bulan Februari 2024. Selama periode tersebut, berbagai

tahapan penelitian, termasuk pengumpulan data, analisis, serta evaluasi hasil, dilakukan secara sistematis dan menyeluruh untuk memastikan bahwa tujuan penelitian dapat tercapai dengan baik.

### **3.2.2. Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kendari yang merupakan ruang lingkup responden di Jl. Sultan Qaimuddin No.17, Baruga, Kec. Baruga, Kota Kendari, Sulawesi Tenggara 93870.

### **3.3. Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1. Populasi**

Menurut Lukitaningsih & Lestari (2023) dalam konteks penelitian, populasi adalah area umum atau area generalisasi yang terdiri dari item atau orang yang memenuhi kriteria peneliti untuk kuantitas dan kualitas data yang akan dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa dan mahasiswi aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari yang berjumlah 1.349 orang.

#### **3.3.2. Sampel**

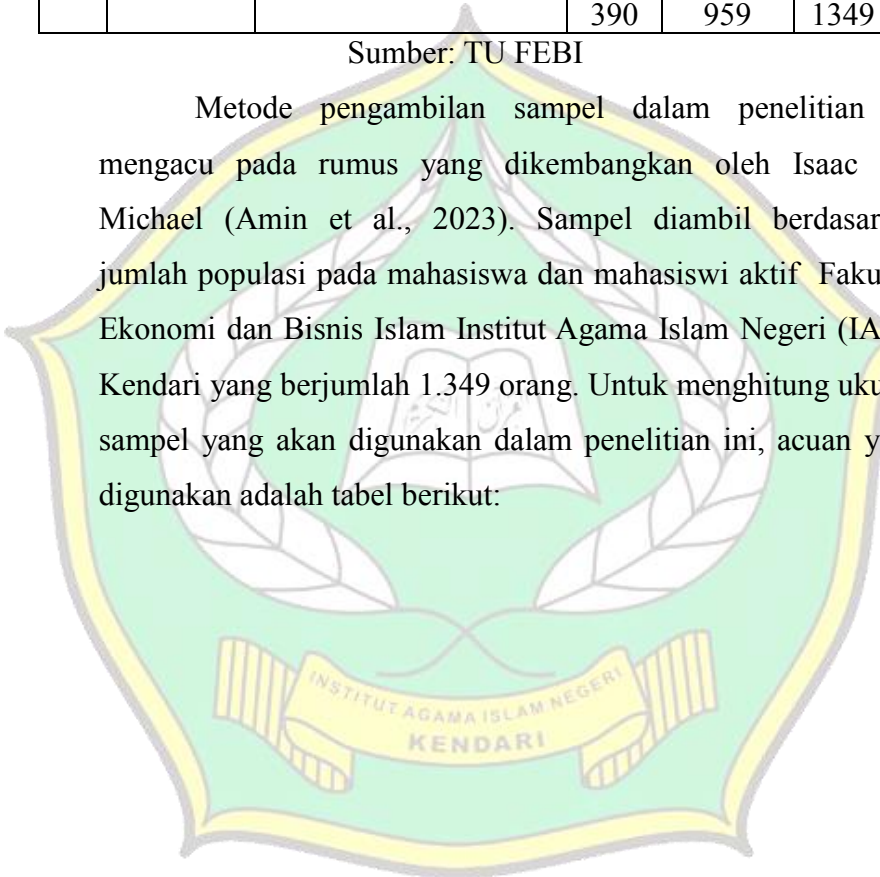
Menurut Komala (2017) sampel merupakan bagian dari jumlah populasi yang merupakan pilihan untuk dijadikan sebagai penelitian.

**Tabel 3. 1 Mahasiswa/i Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

No	Fakultas	Prodi	Pria	Wanita	Total
1	FEBI	Ekonomi Syariah	199	454	653
2	FEBI	Perbankan Syariah	141	377	518
3	FEBI	Manajemen Bisnis Syariah	50	128	178
			390	959	1349

Sumber: TU FEBI

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini mengacu pada rumus yang dikembangkan oleh Isaac dan Michael (Amin et al., 2023). Sampel diambil berdasarkan jumlah populasi pada mahasiswa dan mahasiswi aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari yang berjumlah 1.349 orang. Untuk menghitung ukuran sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, acuan yang digunakan adalah tabel berikut:



**Tabel 3.2. Penentuan Jumlah Sampel dari Populasi Tertentu dengan Taraf Kesalahan 1%, 5% dan 10%**

N	S			N	S			N	S		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	115	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	563	345	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1050	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1100	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1200	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1300	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1400	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1500	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1600	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1700	485	292	235	750000	663	348	271
230	171	139	125	1800	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	1900	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2000	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2200	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	664	349	272

Sumber: (Larasati, 2019)

Sementara itu, untuk lebih mendetail dalam proses pengambilan sampel dalam penelitian ini, digunakan rumus perhitungan yang dikembangkan oleh Isaac dan Michael, sebagaimana dijelaskan oleh Amin et al. (2023) yaitu sebagai berikut:

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

$\lambda^2$  dengan dk = 1, taraf kesalahan bisa 1%, 5%, 10%.

P = Q = 0,5

d = 0,05

s = jumlah sampel

**Keterangan:**

s : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

$\lambda^2$  : Chi Kuadrat nilainya tergantung derajat kebebasan (dk) dan tingkat kesalahan, dengan dk = 1, taraf kesalahan 1% maka chi kuadrat = 6,634, taraf kesalahan 5% maka chi kuadrat = 3,841, dan taraf kesalahan 10% maka chi kuadrat = 2,706

P : Peluang benar (0,5)

Q : Peluang salah (0,5)

d : derajat akurasi yang diekspresikan sebagai proporsi (0,05)

Dalam penelitian ini, populasi terdiri dari 1.349 mahasiswa, dengan batas toleransi kesalahan sebesar 10% dan nilai d sebesar 0,05. Maka, dapat dihitung jumlah sampel penelitian sebagai berikut:

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$s = \frac{2,706 \cdot 1349 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2 \cdot (1349 - 1) + 2,706 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$s = \frac{912,5985}{3,37 + 0,6765}$$

$$s = \frac{912,5985}{4,0465}$$

$$s = 225,527864$$

$$s = 226 \text{ sampel (pembulatan)}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dan melihat tabel pada penentuan sampel menurut Isaac & Michael dengan taraf kesalahan 10%, maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 227 responden.

Proses pengambilan sampel ini dilakukan melalui metode yang dikenal sebagai *non probability sampling* (Syahrums & Salim, 2017). *Non probability sampling* tidak memberikan kesempatan atau ruang yang sama untuk setiap elemen atau anggota populasi untuk diambil sebagai sampel. Dan metode yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah *purposive sampling* yang memerlukan pertimbangan khusus untuk memilih sampel. Metode ini dipilih karena sampel responden memiliki pertimbangan dan kriteria yang sesuai dengan penelitian ini. Adapun kriteria pemilihan sampel penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mahasiswa dan mahasiswi aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari yang menggunakan *e-commerce* Shopee;
- b. Mahasiswa dan mahasiswi aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari yang telah melakukan pembelian di *e-commerce* Shopee lebih dari satu kali.

### 3.4. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data penelitian ini yaitu data primer. Menurut Sari (2022) data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung melalui pengumpulan data. Data primer dari penelitian diambil dari data kuisisioner dari mahasiswa dan mahasiswi aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari mengenai *electronic word of mouth* (e-WOM) dan *online consumer review* (OCR) terhadap keputusan pembelian. Untuk memperoleh data dari data primer penelitian ini dengan menggunakan kuisisioner melalui *google form* berupa daftar pertanyaan (angket) dengan skala likert yang diberikan kepada para responden yang terpilih sebagai anggota sampel dari penelitian ini.

### 3.5. Instrumen Penelitian

Kuisisioner menjadi instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dengan angket sebagai alat ukur yang diberikan kepada responden untuk dinilai dengan skala likert menggunakan *google form*. Menurut Imron (2019) skala likert dipakai untuk menentukan ukuran perilaku, pendapat, dan pandangan individu atau sekelompok individu yang disebut dengan variabel penelitian.

Dengan skala likert variabel yang diukur dipaparkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya indikator variabel dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun instrumen yang dapat berupa pernyataan, jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert yang

mempunyai tingkat perubahan yang sangat positif hingga negatif.

Adapun kriteria tertentu terkait skor yang peneliti tentukan yaitu:

- a. STS : Sangat Tidak Setuju : Skor 1
- b. TS : Tidak Setuju : Skor 2
- c. N : Netral : Skor 3
- d. S : Setuju : Skor 4
- e. SS : Sangat Setuju : Skor 5

### 3.6. Teknik Analisis Data

#### 3.6.1. Analisis kuantitatif

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif, analisis data kuantitatif digunakan untuk menemukan jawaban atas rumusan masalah dan hipotesis yang telah dibuat dalam penelitian. Analisis data kuantitatif yang digunakan yaitu teknik analisis linear berganda. Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data tersebut yakni:

a. *Editing* (pengeditan)

Merupakan cara untuk menentukan data yang dibutuhkan dan memisahkan data yang tidak dibutuhkan untuk membantu dalam pemaparan hipotesis.

b. *Coding* (pemberian kode)

Merupakan cara untuk menandai jawaban responden yang didapatkan berupa angka.

c. *Tabulating* (tabulasi)

Merupakan suatu cara untuk mengelompokkan jawaban dari responden secara efektif selanjutnya dilakukan perhitungan



dan ditotalkan sampai terbentuk dalam sebuah tabel dan pada tabel tersebut juga digunakan untuk menemukan keterkaitan antara variabel-variabel yang ada.

### 3.6.2. Uji Validitas

Menurut Ardista (2021) uji validitas merupakan uji yang dipakai sebagai pengukuran sah atau valid tidaknya kuisioner. Apabila kuisioner tersebut bisa menyatakan suatu yang diukur dari suatu kuisioner maka kuisioner tersebut dikatakan sah atau valid. Uji validitas diukur dengan uji signifikansi dimana uji signifikansi itu merupakan uji yang membandingkan  $r$  hitung dengan degree of freedom ( $df$ ) =  $n-2$  ( $n$  adalah jumlah sampel). Bila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan nilai berkorelasi positif maka pernyataan tersebut valid. Kemudian sebaliknya jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka pernyataan tersebut tidak valid.

### 3.6.3. Uji Realibilitas

Menurut Palapa & Sulkha (2021) uji realibilitas merupakan alat untuk mengukur kuisioner yang menjadi indikator dari sebuah variabel. Suatu instrumen pengukuran data dan data yang diperoleh dikatakan *realible* apabila jawaban atas pernyataan tersebut konsisten jika dilakukan pengukuran dari waktu ke waktu. *Cronbach Alpha* digunakan sebagai alat untuk mengukur korelasi antara jawaban. Suatu variabel reliable, apabila  $\alpha > 0,60$  begitu juga sebaliknya jika  $\alpha < 0,60$  maka kuisioner tersebut tidak realible. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS versi 25 *for windows*.

### **3.6.4. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik digunakan untuk menentukan kondisi data penelitian. Ini dilakukan untuk mendapatkan model analisis yang tepat. Dipenelitian ini tiga pengujian asumsi klasik yang digunakan yaitu uji normalitas, multikolinieritas, dan heterokedstisitas.

#### **3.6.4.1. Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel terikat dan variabel bebas dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal atau hampir normal.

Menurut Ghozali Jusmansyah (2018) uji kolmogoroy smirnov digunakan untuk menguji normalitas sebuah data. Nilai signifikansi diperlukan untuk membuat kesimpulan apakah data mengikuti distribusi normal atau tidak. Jika signifikansi  $> 0,05$ , variabel menunjukkan kontribusi normal, dan sebaliknya, jika signifikansi  $< 0,05$ , variabel menunjukkan distribusi tidak normal.

#### **3.6.4.2. Uji Multikolinieritas**

Menurut Jusmansyah (2020) tujuan uji multikolinieritas adalah untuk mengetahui apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Dengan kata lain, model regresi

yang baik seharusnya tidak menemukan korelasi antar variabel bebas. Variabel bebas yang nilai korelasi mereka sama dengan nol disebut sebagai ortogonal. Untuk mengetahui apakah ada multikolinieritas dalam model regresi, langkah-langkah berikut digunakan:

- a. Mempunyai angka *Tolerance* diatas  $> 0,1$
- b. Mempunyai nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dibawah 10

#### 3.6.4.3. Uji Heterokedastisitas

Menurut Arisandi (2022) tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah ada ketidaksamaan dalam variasi residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi. Jika variasi antara residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka hasilnya disebut homoskedastisitas, dan jika tidak, maka hasilnya disebut heteroskedastisitas. Homoskedastisitas atau ketidakhadiran heteroskedastisitas adalah tanda model regresi yang baik.

#### 3.6.5. Analisis Linier Berganda

Menurut Jhon & Pandiangan (2019) pengaruh *electronic word of mouth* (e-wom) (X1) dan online consumer review (OCR) (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dievaluasi melalui analisis regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengukur ketepatan prediksi untuk mengetahui apakah

ada pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen, dengan rumus perhitungan sebagai berikut:

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

Keterangan: Y = Keputusan Pembelian  
a = Konstanta b1 b2 = Koefisien Regresi  
X1 = Electronic Word Of Mouth (e-WOM)  
X2 = Online Consumer Review (OCR)  
e = error / kesalahan gangguan

### **3.6.6. Uji Hipotesis**

#### **3.6.6.1. Uji f**

Uji ini digunakan untuk mengevaluasi bagaimana variabel independen dan variabel dependen berinteraksi satu sama lain.

- a. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak yang artinya variabel independen berpengaruh dan signifikan secara statistic pada  $\alpha$  5 % terhadap variabel dependen.
- b. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima yang artinya variabel independen berpengaruh tetapi tidak signifikan secara statistic pada  $\alpha$  5 % terhadap variabel dependen.

#### **3.6.6.2. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)**

Berdasarkan uji signifikansi pengaruh parsial, uji t-test digunakan untuk menguji hipotesis. Menurut Muslim et al. (2018) pengaruh variabel independen

secara personal dalam menjelaskan variabel dependen pada intinya menggunakan uji statistik t.

Dalam penelitian ini hipotesis yang dibuat untuk menentukan apakah variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebas adalah sebagai berikut:

- a.  $H_0 : \beta \leq 0$ , dalam artian variabel independen (*electronic word of mouth* dan *online consumer review*) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) secara parsial.
- b.  $H_a : \beta \geq 0$ , dalam artian variabel independen (*electronic word of mouth* dan *online consumer review*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) secara parsial.

Pembuktian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05 ditentukan sebagai berikut :

- a. Apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- b. Apabila nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### 3.6.6.3. Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Menurut Sinambela et al. (2014) koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah ukuran seberapa jauh kemampuan model untuk menernangkan variasi variabel-variabel independen. Nilai  $R^2$  yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen sangat terbatas untuk menjelaskan variasi variabel-variabel dependen, sedangkan nilai  $R^2$  yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Nilai *adjusted*  $R^2$  adalah ukuran yang disesuaikan dari koefisien determinasi  $R^2$ , yang memperhitungkan jumlah variabel independen dalam model regresi. Nilai *adjusted*  $R^2$  menunjukkan seberapa baik model regresi mampu menjelaskan variasi dalam variabel terikat dengan mempertimbangkan kompleksitas model.