

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2024 dengan objek *e-marketplace* dan subjeknya adalah masyarakat Jabodetabek pengguna *e-marketplace*. Penelitian ini dilaksanakan pada jaringan internet, dilakukan dalam bentuk survei secara daring yang diberikan kepada masyarakat Jabodetabek.

B. Desain Penelitian

Pada penelitian ini, jenis penelitian menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif dikenal dengan metode penelitian yang dilakukan menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data penelitiannya, cara penafsiran data tersebut, hingga bagaimana penampilan hasilnya. Metode pengambilan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner melalui *g-form* yang disebar secara luas secara daring kepada 133 jumlah responden. Pengumpulan data menggunakan *g-form* dilakukan secara daring agar hasil penelitian dapat dikumpulkan dan diolah secara lebih cepat dan lebih mudah.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sebuah suatu wilayah yang telah digeneralisasi terdiri berdasarkan sebuah objek atau subjek dengan kuantitas dan juga karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk bisa dipelajari dan dibuat kesimpulannya (Ajijah et al, 2021). Populasi pada

penelitian ini adalah masyarakat wilayah Jabodetabek, untuk hasil yang memungkinkan untuk diteliti, maka peneliti membentuk sampel penelitian untuk menjadi perwakilan dari besaran populasi.

2. Sampel

Sampel adalah sebuah bagian dari jumlah populasi yang dimana besarannya ditentukan dari populasi peneliti dengan rumus (Ajjiah & Selvi, 2021). Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling*. Metode *non-probability sampling* adalah sebuah teknik pengambilan sampel yang dimana teknik ini tidak memberikan kesempatan sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih (Jasmalinda, 2021).

Tabel 3. 1 10 Daerah Transaksi di E-Commerce Tertinggi

No.	Daerah	Penjual & Pembeli Melalui Internet terhadap Jumlah Penduduk (%)	Pertumbuhan 2019-2021 (%)
1.	Yogyakarta	36,9	16,3
2.	Kota Bekasi	27,0	103,2
3.	Kota Depok	27,0	82,7
4.	Kota Madiun	26,1	50,6
5.	Kota Jakarta Pusat	26,1	76,3
6.	Kota Jakarta Selatan	26,9	47,0
7.	Kota Bandung	24,4	61,5
8.	Kota Bogor	21,5	113,5
9.	Kota Jakarta Timur	21,2	61,7
10.	Kota Salatiga	20,6	38,5

Sumber: Susenas (2021)

Saat ini, terdapat beberapa daerah yang memiliki transaksi melalui *e-marketplace* yang cukup tinggi di Indonesia. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh White Paper (2022), tercatat 10 wilayah di Indonesia dengan jumlah transaksi di *e-commerce* tertinggi. Dari data tersebut terlihat

sebagian besar wilayah Jabodetabek, yaitu Kota Bekasi, Kota Depok, Kota Jakarta Pusat, Kota Jakarta Selatan, Kota Bogor, dan Kota Jakarta Timur merupakan wilayah dengan transaksi melalui *e-commerce* tertinggi. Maka dari itu, sampel yang diambil pada penelitian ini adalah responden yang tinggal di wilayah Jabodetabek

Saat ini, penduduk dengan usia 17 tahun dapat dikatakan sebagai usia yang sudah dewasa dan dianggap matang secara hukum pada UU No.22 Tahun 2009 Pasal 8 Ayat 2 (Nender et al., 2019). Pada undang-undang tersebut dijelaskan bahwa, masyarakat usia 17 tahun dianggap sebagai masyarakat yang dapat bertanggung jawab oleh dirinya sendiri. Sehingga, pada penelitian ini, kriteria responden yang tepat adalah masyarakat atau responden dengan usia minimal 17 tahun yang dianggap sudah dapat memahami konteks dari isi kuesioner dan dapat menginterpretasikan pendapatnya.

Berdasarkan metode yang dipilih, penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria tertentu agar bisa mendapat sampel sesuai dengan yang dibutuhkan. Kriteria sampel yang akan diuji pada penelitian ini yaitu:

- a. Responden di wilayah Jabodetabek;
- b. Responden berusia minimal 17 tahun;
- c. Responden pernah melakukan pembelian produk fesyen di *e-marketplace* dalam setahun terakhir.

Dalam melakukan penelitian, minimum total sampel yang sebaiknya digunakan adalah enam sampai sepuluh kali dari keseluruhan jumlah panah variabel pada mode jalur atau 10 kali jumlah total indikator yang ada (Triandewo & Yustine, 2020). Sehingga, pada penelitian ini peneliti memilih untuk mengambil jumlah total sampel sebesar 133, berdasarkan total indikator sebanyak 19 dikali 7.

D. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah sebuah data informasi yang telah diambil atau diperoleh dari sumber tangan pertama yang telah dikumpulkan langsung dari sumbernya, data ini paling asli menurut karakternya dan tidak melalui perlakuan statistik apapun (Sari & Zefri, 2019). Terdapat berbagai cara untuk bisa mengumpulkan data yang dibutuhkan seperti melalui kuesioner, wawancara, observasi, hingga studi pustaka. Namun, peneliti memilih untuk menggunakan teknik pengumpulan data melalui kuesioner secara *online*. Kuesioner adalah sebuah perangkat atau teknik pengumpulan data yang dikenal efisien apabila peneliti tahu dengan siapa variabel akan diukur dan apa yang bisa diharapkan dari responden tersebut (Shabrina et al., 2020).

Data primer dalam penelitian ini diambil dari hasil kuesioner yang disebar kepada para 134 responden. Dalam operasional variabel ini, semua diukur dengan bentuk kuesioner yang dapat memenuhi pernyataan tipe Skala Likert. Menurut Sugiyono dalam Prasetyo (2018), Skala Likert adalah skala yang berguna untuk mengukur persepsi, pendapat, dan sikap seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk pilihan jawaban terdapat skor yang diberikan, peneliti

memberikan kemudahan kepada para responden dalam menggambarkan pendapatnya, sehingga dapat dengan mudah dipahami bahwa responden mendukung pernyataan (positif) atau tidak mendukung pernyataan (negatif).

Menurut Hair et al. (2019), alasan mengapa penelitian menggunakan Skala Likert dengan lima poin adalah karena Skala Likert tujuh atau 13 poin dapat memberikan kesulitan kepada para responden dalam mengambil keputusan untuk memilih setiap item dengan skala pembeda, sehingga responden dapat sulit memproses informasi yang ada. Keunggulan instrumen angket dengan Skala Likert lima poin adalah angket dapat menunjukkan tanggapan responden yang memiliki pendapat netral atau tidak setuju. Hal ini tentu tidak dapat dicapai dalam Skala Likert dengan empat skala yang mampu menghilangkan tanggapan netral atau tidak setuju.

Tabel 3. 2 Bobot Penilaian Skala Likert

Pilihan Jawaban	Bobot Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Hair (2019)

Instrumen penelitian adalah sebuah fasilitas atau sebuah alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitian, dibuat dengan tujuan sesuai dengan pengukur dan teori yang digunakan sebagai dasar (Toyib et al., 2022). Pada penelitian ini, instrumen penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Dimensi	Indikator	Indikator Adaptasi	Sumber
1.	<i>Online customer review</i> merupakan sebuah media agar para pembeli dapat melihat ulasan yang telah diberikan oleh pembeli sebelumnya mengenai produk, layanan, hingga perusahaan dari produk tersebut (Rachmat, 2021)	<i>Intensity</i>	Ulasan dengan jumlah <i>vote</i> bermanfaat terbanyak lebih baik	Menurut saya, ulasan produk fesyen dengan jumlah <i>voting</i> terbanyak lebih menarik.	(Surulivel et al., 2018), (Marie & Widodo, 2019)
2.			Produk dengan angka ulasan lebih banyak adalah lebih baik	Menurut saya, ulasan produk fesyen dengan angka ulasan lebih banyak lebih menarik.	
3.			Saya akan membandingkan ulasan untuk memilih produk terbaik	Saya akan membandingkan beberapa ulasan agar dapat memilih produk terbaik.	
4.			Saya akan membaca beberapa ulasan produk pada <i>platform</i> ulasan lain	Saya akan membaca ulasan produk fashion pada platform ulasan lain.	
5.	<i>Valence of Opinion</i>	Saya akan membaca kedua ulasan, positif ataupun negatif	Saya akan membaca ulasan produk fesyen dari sisi positif maupun negatif		
6.		Ulasan yang saya baca mempengaruhi keputusan pembelian saya	Menurut saya, ulasan produk fesyen yang saya baca dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk fesyen saya.		
7.		Balasan positif yang bertentangan dengan ulasan negatif lebih menarik dan membantu memengaruhi keputusan.	Menurut saya, balasan positif dari toko terhadap sebuah ulasan negatif pada produk fesyen dapat membantu dalam keputusan pembelian.		
8.		Ulasan yang kurang membantu hanya dapat membuang waktu untuk dibaca	Menurut saya, ulasan produk fesyen yang kurang membantu hanya dapat membuang waktu untuk dibaca.		
9.		Ulasan pada platform media sosial lebih disukai	Menurut saya, ulasan produk fesyen pada media sosial lebih menarik.		
10.		Lebih mengandalkan <i>Online customer review</i> daripada pendapat pribadi	Saya lebih mengandalkan <i>online customer review</i> daripada pendapat pribadi.		
11.		<i>Content</i>	Komen/balasan pada sebuah ulasan itu penting	Menurut saya, komen/balasan dari toko pada sebuah ulasan produk fesyen itu sangat penting.	

No.	Variabel	Dimensi	Indikator	Indikator Adaptasi	Sumber
12.			<i>Product star rating</i> dan ulasan itu penting	Menurut saya, <i>rating</i> bintang dan ulasan <i>online</i> produk fesyen sangat penting.	
13.			Ulasan terkini lebih baik daripada yang lama	Menurut saya, ulasan produk fesyen yang terbaru lebih baik daripada yang lama.	
14.			Ulasan yang mengatasi sebuah masalah lebih diutamakan	Menurut saya, ulasan produk fesyen yang dapat mengatasi masalah lebih diutamakan.	
15.			Ulasan harus memiliki arti tanpa error semantik	Menurut saya, ulasan produk fesyen lebih baik tidak memiliki kesalahan pada penulisannya.	
16.			Ulasan dengan gambar meningkatkan kepercayaan	Menurut saya, ulasan produk fesyen dengan gambar dapat jauh lebih dipercaya.	
17.			Ulasan dengan video lebih baik daripada teks	Menurut saya, ulasan produk fesyen dengan video jauh lebih baik daripada dalam bentuk teks.	
18.			Judul yang baik/rangkuman dari ulasan lebih menarik	Menurut saya, judul ulasan produk fesyen yang baik akan jauh lebih menarik.	
19.			Ulasan harus mudah dipahami	Menurut saya, ulasan produk fesyen sebaiknya mudah dipahami.	

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

E. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Menurut Sugiharto dan Sitinjak dalam Sanaky et al. (2021), validitas memiliki hubungan dengan tujuan mengukur apa yang seharusnya diukur, hal ini dalam sebuah penelitian dapat dinyatakan mengenai derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi yang sebenarnya diukur. Menurut Ghoa dalam Sanaky et al. (2021), sebuah uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner. Kuesioner dapat dikatakan dan dinyatakan sah jika pertanyaan pada kuesioner

tersebut dapat mengungkapkan suatu hal yang akan diukur melalui kuesioner tersebut.

Pada penelitian ini, alat yang digunakan untuk melakukan pengujian validitas instrumen uji validitas yang dilakukan terhadap indikator-indikator kuesioner daring yang telah diisi oleh responden. Pada penelitian ini, metode pengambilan keputusan yang digunakan untuk uji validitas berdasarkan atas nilai korelasi dengan nilai r tabel = 0.1703 dengan tingkat signifikansi 0.05 (5%).

- a Jika nilai r hitung $>$ r tabel, maka item dapat dinyatakan valid
- b Jika nilai r hitung $<$ r tabel, maka item dapat dinyatakan tidak valid

Rumus yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total

n = Jumlah responden

X = skor butir pada nomor butir ke i

Y = skor total responden

2. Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini, uji reliabilitas digunakan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh variabel yang diamati mengukur nilai “benar” dan “bebas dari kesalahan”. Menurut Ghazali dalam Ardista (2021), mengemukakan bahwa sebuah kuesioner hasilnya dapat dinyatakan reliabel jika jawaban yang diberikan terhadap pernyataan adalah stabil atau konsisten sepanjang waktu. Uji reliabilitas adalah

bentuk kebaikan dari adanya *measurement error*. Pada uji reliabilitas ini terdapat rumus yang digunakan untuk menentukan apakah sebuah alat ukur dapat dinilai reliabel melalui rumus *Alpha Cronbach*. Variabel yang diteliti dapat dianggap reliabel jika:

- 1) Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6, maka instrumen penelitian tersebut dapat dikatakan reliabel
- 2) Jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0,6, maka instrumen penelitian tersebut dapat dikatakan tidak reliabel.

F. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data untuk bisa menganalisis hasil data yang sudah dikumpulkan agar bisa diinterpretasikan dan ditarik kesimpulannya. Peneliti menggunakan perangkat lunak SPSS untuk analisis deskriptif. Peneliti memilih teknik analisis tersebut karena dianggap dapat lebih akurat dalam mengolah data. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis validitas, analisis deskriptif, dan uji reliabilitas.

1. Analisis Tabulasi Sederhana

Menurut Sutiono (2019), dalam sebuah data analisis sederhana, data yang telah diambil atau diperoleh dapat diolah ke dalam bentuk persentase dengan rumus, sebagai berikut:

$$P = \frac{f_i}{\sum f_i} \times 100\%$$

Keterangan:

P : Persentase responden yang memiliki kategori tertentu

Fi : Jumlah responden kategori tertentu

Σf_i : Banyaknya jumlah responden

Analisis tabulasi sederhana ini dilakukan bertujuan untuk memberikan gambaran data-data dari kuesioner yang bersifat menggambarkan karakteristik tertentu dari responden

2. Analisis Deskriptif

Menurut Sulistyawati et al. (2022), penelitian analisis deskriptif adalah penelitian yang mampu memberikan sebuah gambaran, kajian, dan penjelasan tentang suatu fenomena dengan sebuah data (angka) secara apa adanya tanpa bermaksud menguji suatu hipotesis tertentu. Analisis deskriptif digunakan pada penelitian ini bertujuan untuk bisa memberikan gambaran mengenai tanggapan responden terhadap kuesioner penelitian yang diberikan. Peneliti memilih analisis deskriptif dengan harapan dapat membantu merangkum karakteristik dari data besar dan menggunakan beberapa angka.

Data deskriptif pada penelitian ini diperoleh berdasarkan kuesioner yang telah diberikan kepada 133 responden. Hasil dari jawaban para responden melalui kuesioner tersebut akan digunakan sebagai gambaran umum mengenai keadaan terkait dengan variabel penelitian *Online customer review* yang bermanfaat bagi konsumen atau tidak. Dalam analisis deskriptif ini, peneliti menggunakan skor kriteria dibagi menjadi lima skor kriteria dengan masing – masing tingkat capaian agar mempermudah penginterpretasian dari hasil kuesioner yang telah diisi oleh responden dengan rentang skor, berikut ini:

Tabel 3. 4 Bobot Skor Kriteria dan Tingkat Capaian

No	Skor Kriteria	Tingkat Capaian
1	0 – 20%	Sangat Tidak Baik
2	21 – 40%	Tidak Baik

3	41 – 65%	Cukup Baik
4	66 – 80%	Baik
5	81 – 100%	Sangat Baik

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2023)

3. Skor Rata - Rata

Pada penelitian ini skor jawaban yang diberikan akan digunakan untuk menentukan posisi tanggapan responden dengan skor setiap variabel. Bobot alternatif tersebut terbentuk dari teknik skala peringkat yang terdiri dari kisaran 1 sampai 5 yang menggambarkan posisi sangat negatif hingga posisi positif. Selanjutnya, dihitung dengan rentang skala rumus (Durianto & Darmadi, 2019) sebagai berikut:

$$RS = \frac{R (Bobot)}{M}$$

Perhitungan:

R (Bobot) : Bobot terbesar – Bobot terkecil

M : Banyaknya kategori Bobot

Pada penelitian ini, Skala Likert yang dipilih adalah skala dari 1 sampai 5, maka rentang skala penelitian yang didapat adalah:

$$RS = \frac{5-1}{5} = 0,80$$

Sehingga posisi keputusannya adalah:

STS	TS	CS	S	SS
1,00	1,80	2,60	3,40	4,20
				5,00

Keterangan:

STS : Sangat Tidak Bermanfaat (Interval 1,00 – 1,79)

TS : Tidak Bermanfaat (Interval 1,80 – 2,59)

CS : Cukup Bermanfaat (Interval 2,60 – 3,39)

S : Bermanfaat (Interval 3,40 – 4,19)

SS : Sangat Bermanfaat (Interval 4,20 – 5,00)