

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah metode penelitian Kuantitatif. Menurut Sugiono (2014), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai jenis penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, yang digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Filsafat *positivisme* memandang fenomena itu dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur dan hubungan gejala bersifat sebab akibat. Jenis penelitian kuantitatif dalam penelitian ini adalah mengolah data variabel kepercayaan, kenyamanan, kemudahan bertransaksi dan minat beli *online* kemudian mengambil kesimpulan dari hasil analisis data-data tersebut.

3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.2.1 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2014), Variabel penelitian merupakan suatu atribut, sifat atau nilai dari orang, obyek dan atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. Variabel dalam

penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen sebagai berikut :

a. Variabel Bebas / Independen (X)

Variabel bebas atau variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat/dependen (Sugiyono, 2014). Yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini meliputi :

- 1) Kepercayaan (X_1)
- 2) Kenyamanan (X_2)
- 3) Kemudahan bertransaksi (X_3).

b. Variabel Terikat / Dependen (Y)

Variabel terikat atau variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas atau variabel independen (Sugiyono, 2014). Yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah Minat beli *Online*.

3.2.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati (Azwar, 2014). Pada bagian ini, akan dijelaskan masing-masing definisi operasional variabel yang akan digunakan pada penelitian ini dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

| Variabel | Definisi Operasional | Indikator |
|--|--|---|
| Kepercayaan (X ₁) | Kepercayaan adalah sebagai persepsi kepercayaan dari pembeli bahwa sebuah situs menyediakan layanan berbelanja <i>online</i> secara beretika. | 1. Kredibilitas situs 2. Reputasi situs 3. Keamanan (Verhagen dan Willemijn 2007 dalam Alwafi dan Magdani, 2016) |
| Kenyamanan (X ₂) | Kenyamanan yang ditimbulkan dari pembelian diluar lingkungan toko belanja seperti berbelanja <i>online</i> yang merujuk kepada nilai yang diberikan atas pencarian aktif sebuah produk sehingga menimbulkan kenyamanan pribadi dan penghematan waktu dalam aktivitas tertentu. | 1. <i>On-time delivery</i> 2. <i>Detail information is available</i> 3. <i>Buy anytime</i> 4. <i>Easy to choose</i> (Ling <i>et al</i> , 2010 dalam Ma'ruf, 2018) |
| Kemudahan bertransaksi (X ₃) | Tingkat kemudahan seorang konsumen dalam menggunakan teknologi dan aplikasi belanja <i>online</i> | 1. <i>Easy to learn</i> 2. <i>Easy to Use</i> 3. <i>Clear and Understable</i> 4. <i>Become Skillful</i> (Davis <i>et al</i> , 2009 dalam Ma'ruf, 2018) |
| Minat beli <i>Online</i> (Y) | Tingkat kecenderungan konsumen untuk berbelanja secara <i>online</i> sesudah mendapatkan informasi dari berbagai sumber <i>online</i> , sehingga berlanjut pada proses negosiasi (tawar menawar) sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. | 1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksploratif (Ferdinand, 2002 dalam Alwafi dan Magdani, 2016) |

Sumber : Beberapa jurnal yang akan dikembangkan ke penelitian

3.3 Data dan Sumber Data

3.3.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung di lapangan sebagai obyek penulisan. Teknik yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data primer adalah

dengan memberikan kuesioner atau daftar pertanyaan kepada konsumen yang pernah berbelanja di situs *online*.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada. Sumber data yang menjadi data sekunder dalam penelitian ini diambil dari situs internet, wujud data itu sendiri berupa artikel atau informasi tentang fenomena belanja *online*.

3.4 Populasi, Teknik Pengambilan Sampel dan Jumlah Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2014), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian di tarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna internet di Indonesia yang pernah berbelanja di situs *online*, yang jumlahnya tidak diketahui atau tak terhingga.

3.4.2 Jumlah sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang

dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif/mewakili (Sugiyono, 2014).

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus *unknown populations* (Nazir, 2014) dikarenakan jumlah populasinya besar dan tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut rumus *unknown populations* :

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

Keterangan :

n = ukuran sampel

Z = tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian (pada $\alpha = 5\%$ atau derajat keyakinan ditentukan 95% maka Z = 1,96)

moe = *margic of error*, tingkat kesalahan yang dapat ditoleransi (ditentukan sebesar 10%)

dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,4$$

Dari hasil perhitungan tersebut maka diketahui besar sampel yang diperlukan adalah 96 responden.

3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel






Untuk menggunakan teknik *sampling* dalam penelitian, terdapat dua teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*.

Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2014).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan metode *cluster random sampling*, teknik sampel daerah digunakan untuk menentukan sampel bila objek yang diteliti atau sumber data sangat luas misal penduduk dari suatu Negara, Provinsi atau Kabupaten. Tujuan metode *cluster random sampling* antara lain untuk meneliti tentang suatu hal pada bagian-bagian di dalam suatu perusahaan (Sugiyono, 2014).

Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah dengan menyebarkan *link* kuesioner secara acak kepada konsumen *platform e-commerce* yang paling sering dikunjungi. Berikut ini ada beberapa dari 5 top toko *online* yang sering dikunjungi konsumen untuk berbelanja :

Tabel 3.2
Data 5 top toko *online* per kuartal Q2 2019

| Toko <i>Online</i> | Pengunjung <i>Web</i> bulanan | <i>Rangking AppStore</i> | <i>Rangking PlayStore</i> |
|---|-------------------------------|--------------------------|---------------------------|
|  Tokopedia | 140,414,500 | #2 | #2 |
|  Shopee | 90,705,300 | #1 | #1 |
|  Bukalapak | 89,765, 800 | #4 | #4 |
|  Lazada | 49,620,200 | #3 | #3 |
|  Blibli | 38,453,000 | #6 | #6 |

Sumber : Tribunjualbeli.com dalam Oktaviana (2019)

3.5 Metode Pengumpulan data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data. Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang di tetapkan (Sugiyono, 2014).

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disebar secara *online*. Menurut Nazir (2014), Kuesioner adalah sebuah daftar pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian dan tiap pertanyaan merupakan jawaban-jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesis. Dengan demikian, kuesioner disiapkan oleh peneliti dimana tiap pertanyaannya berkaitan dengan masalah penelitian dan diberikan kepada responden untuk dimintakan jawaban.

Kuesioner ini disusun dengan menggunakan skala *Likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur suatu pendapat, sikap dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial (Sugiyono, 2014).

Skala *Likert* 5 poin yang digunakan untuk jawaban setiap butir pertanyaan memiliki skor yang berbeda-beda, yaitu :

- SS = Sangat Setuju (skor 5)
- S = Setuju (skor 4)
- KS = Kurang Setuju (skor 3)
- TS = Tidak Setuju (skor 2)
- STS = Sangat Tidak Setuju (skor 1)

3.6 Metode Pengolahan Data

Menurut Sugiyono (2014), pengolahan data adalah suatu proses dalam memperoleh data atau angka ringkasan dengan menggunakan cara-cara atau rumus-rumus tertentu. Pengolahan data bertujuan mengubah data mentah dari hasil pengukuran menjadi data yang lebih halus sehingga memberikan arah untuk pengkajian lebih lanjut. Metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan perhitungan komputasi program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*), karena program ini memiliki kemampuan analisis statistik cukup tinggi serta sistem manajemen data pada lingkungan grafis menggunakan menu-menu dekriptif dan kotak-kotak dialog sederhana, sehingga mudah dipahami cara pengoperasiannya (Sugianto, 2015).

Pengolahan data dilakukan dengan kegiatan awal (Sugiyono, 2014), meliputi :

1. *Editing*

Pengecekan atau pengoreksian data yang telah terkumpul, tujuannya untuk menghilangkan kesalahan-kesalahan yang terdapat pada pencatatan dilapangan dan bersifat koreksi.

2. *Coding* (Pengkodean)

Kegiatan memberikan kode pada setiap data yang terkumpul di setiap *instrument* penelitian. Kegiatan ini bertujuan untuk memudahkan dalam penganalisisan dan penafsiran data.

3. Pemberian skor atau nilai

Menggunakan skala *Likert* yang merupakan salah satu cara untuk menentukan skor. Kriteria penilaian ini digolongkan dalam lima tingkatan penilaian sebagai berikut :

- a. Jawaban SS, diberi skor 5
- b. Jawaban S, diberi skor 4
- c. Jawaban KS, diberi skor 3
- d. Jawaban TS, diberi skor 2
- e. Jawaban STS, diberi skor 1

4. *Tabulating*

Pembuatan tabel-tabel yang berisi data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Dalam melakukan tabulasi diperlukan adanya ketelitian agar tidak terjadi kesalahan.

3.7 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2014), metode analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

3.7.1 Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya sebuah kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner, pengukuran dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk $df = n-2$, maka n merupakan jumlah sampel. Pengujian validitas menggunakan ketentuan jika signifikansi dari r_{hitung} atau $r_{hasil} > r_{Tabel}$ maka item variabel dinyatakan valid. Nilai r_{hitung} dapat dilihat berdasarkan tampilan output *Item Total Sstatistic* yakni pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* (Ghozali, 2016).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan atau tidaknya sebuah kuesioner yang terdiri beberapa indikator dari suatu variabel. Maka suatu

kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban terhadap pertanyaan tersebut adalah bersifat konsisten atau stabil dari waktu hingga ke waktu. Dalam pengujian reliabilitas hanya menggunakan pengukuran sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Aplikasi SPSS untuk mengukur reabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Maka suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ (Ghozali, 2016).

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2016).

Didalam penelitian ini menggunakan 2 cara yakni dalam mengetahui apakah residual memiliki hasil normal atau tidak dengan menggunakan analisis grafik dan uji statistik.

1. Analisis Grafik : Data distribusi normal dapat dilihat dari penyebaran data titik pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dengan pengambilan keputusan :

- a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal. Maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
 - b) Jika data yang menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.
2. Analisis Statistik : dilakukan dengan menggunakan uji *statistic Kolmogorov-Smirnov test*. Jika nilai signifikan yang dihasilkan kurang dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal, dan jika nilai signifikan lebih dari 0,05 maka data berdistribusi normal (Ghozali, 2016).
- b. Uji Multikolinieritas
- Uji *multikolinieritas* memiliki tujuan sebagai bentuk pengujian apakah model regresi ditemukan atau tidaknya korelasi antara variabel bebas (independen). Pada model regresi yang dapat dikatakan baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji *multikolinieritas* dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *VarianceInflation Faktor (VIF)*. Jika $VIF < \text{kurang dari } 0,10$ dan $\textit{tolerance} > \text{lebih dari } 0,10$ maka dikatakan model regresi bebas multikolinieritas (Ghozali, 2016).

c. Uji Heterokedastisitas

Uji *heterokedastisitas* memiliki tujuan untuk menguji apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan antara *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya bersifat tetap, maka disebut *Homoskedastistas* dan jika berbeda maka disebut *Heteroskedastistas*. Maka gambaran tentang model regresi yang baik adalah yang *Homoskedastistas* atau tidak terjadi *Heteroskedastistas*. Dalam penelitian ini digunakan 2 cara agar dapat mendeteksi bahwa ada atau tidaknya *Heteroskedastistas* yakni :

1. Analisis Grafik : Dengan melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat yakni *ZPRED* dengan residualnya *SRESID*. Jadi cara mendeteksi ada atau tidaknya *Heteroskedastistas* dapat dilakukan dengan cara melihat ada tidaknya pola tertentu berdasarkan pada grafik scatterplot yakni antara *ZPRED* dan *SRESID* dimana bahwa sumbu Y adalah Y yang sudah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y diprediksi Y sesungguhnya) yang telah di Studentized dengan dasar analisis jika sudah tidak ada pola yang jelas, serta pada titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi *Heteroskedastistas* (Ghozali, 2016).

2. Uji Gejser : dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai *absoluteresidual*. Jika nilai variabel independen dengan nilai sig lebih dari $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastistas, namun jika nilai sig kurang dari $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastistas (Ghozali, 2016).

3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) (Ghozali, 2016).

Analisis regresi berganda merupakan suatu prosedur statistik dalam menganalisis pengaruh antara variabel bebas (Kepercayaan, Kenyamanan dan Kemudahan bertransaksi) terhadap variabel terikat (Minat beli *Online*), sehingga dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana :

Y = Minat beli *Online*

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien Regresi

X_1 = Kepercayaan

X_2 = Kenyamanan

X_3 = Kemudahan bertransaksi

e = Standar Error

3.7.4 Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) adalah seberapa jauh kemampuan untuk mengukur secara terpisah dampak variabel bebas (Kepercayaan, Kenyamanan dan Kemudahan bertransaksi) terhadap variabel terikat (Minat beli *Online*). Dengan koefisien determinasi dapat diperoleh hasil nilai ukuran besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi dapat diketahui dari tampilan *output SPSS model summary* pada kolom *adjusted R square*.

Kriteria pengujian determinasi berganda adalah :

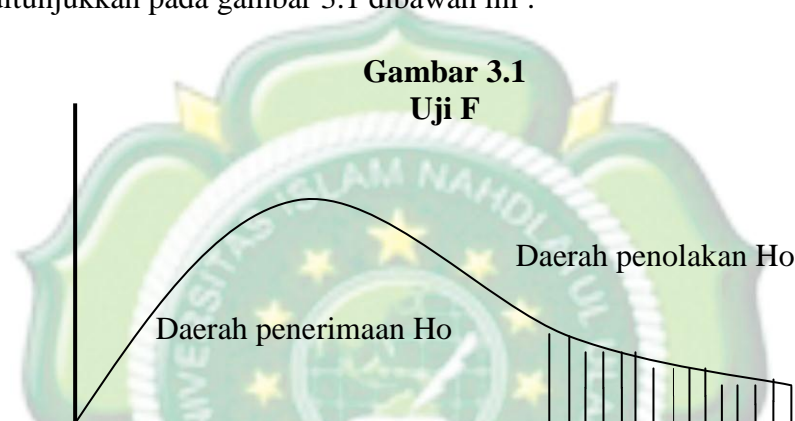
- a. Bila *R Square* = 1 atau mendekati 1 atau lebih dari 1, maka semakin kuat pula kontribusi variabel bebas (Kepercayaan, Kenyamanan dan Kemudahan bertransaksi) terhadap variabel terikat (Minat beli *Online*) dengan kata lain bahwa model yang digunakan adalah mendekati kebenaran.
- b. Bila *R Square* mendekati 0 (semakin kecil dari R^2), maka semakin lemah pula kontribusi variabel bebas bebas (Kepercayaan, Kenyamanan dan Kemudahan bertransaksi) terhadap variabel terikat (Minat beli *Online*), dengan kata lain model yang digunakan kurang tepat.

3.7.5 Uji Signifikan Simultan(Uji F)

Uji statistik F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas (Kepercayaan, Kenyamanan dan Kemudahan bertransaksi) yang dimasukkan kedalam model penelitian apakah

memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Minat beli *Online*).

Uji F dilakukan dengan membandingkan $F_{\text{statistik}}$ dengan F_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan nilai df 1 (k-1) dan nilai df 2 (n-1). Bila nilai $F_{\text{statistik}}$ lebih dari $> F_{\text{tabel}}$ maka H_a diterima. Jika nilai $F_{\text{statistik}}$ kurang dari $< F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak. Dan jika $\text{Sig} < 0,05$ maka H_a diterima (Ghozali, 2016). Dalam uji F digunakan pada grafik yang ditunjukkan pada gambar 3.1 dibawah ini :



3.7.6 Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk membuktikan apakah variabel bebas (Kepercayaan, Kenyamanan dan Kemudahan bertransaksi) secara individual berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Minat beli *Online*). Uji ini dilakukan yakni dengan membandingkan $t_{\text{statistik}}$ dengan t_{tabel} yang menunjukkan tingkat signifikan 0,05 dan pada nilai df (n-k) (Ghozali, 2016). Berikut kriteria dalam penerimaan H_a yaitu :

- a. Bila nilai pada $t_{\text{statistik}}$ lebih dari $> t_{\text{tabel}}$ maka H_a diterima, bila nilai $t_{\text{statistik}}$ nilainya kurang dari $< t_{\text{tabel}}$ maka H_a ditolak.

- b. Jika probabilitas Sig lebih dari $> 0,05$ maka H_0 diterima H_a ditolak, namun jika Sig kurang dari $< 0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima.

Dalam uji 1 arah (uji t) digunakannya grafik yang ditunjukkan pada gambar sebagai berikut :

Gambar 3.2
Uji t

