

BAB III METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif digunakan karena sesuai untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang bersifat hubungan antara dua variabel atau lebih. Tujuan dari strategi asosiatif adalah agar dapat memberikan penjelasan tentang pengaruh persepsi harga, kemudahan dan keamanan terhadap keputusan pembelian secara *online* pada tokopedia.

Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Data kuantitatif dalam penelitian ini merupakan data yang dikumpulkan dari responden mengenai pendapat responden terhadap variabel-variabel yang diteliti yang disajikan dalam bentuk skala *likert*.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi penelitian

Menurut Sugiyono (2017:61) populasi adalah wilayah yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini dilakukan di PT. Fakta Brontak Digital dengan kriteria sebagai konsumen PT. Fakta Brontak Digital yang telah melakukan keputusan pembelian secara *online* di Tokopedia.

Populasi sasaran adalah keseluruhan objek psikologis yang memiliki kesamaan ciri berdasarkan kriteria tertentu menurut sugiyono (2017:61). populasi sasaran dalam penelitian ini Konsumen di PT. Fakta Brontak Digital yang telah melakukan pembelian secara *online* di Tokopedia yang jumlah totalnya tidak bisa diketahui.

3.2.2. Sampling dan sampel penelitian

Menurut Sugiyono (2017:62) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengertian *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Karena jumlah populasi tidak diketahui maka pengambilan sampel ditentukan dengan rumus *Moe*, yaitu:

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2} n = \frac{1,96^2}{4(0,10)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

$$n = 96,04 = 97 \text{ konsumen}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

z = nilai Z dengan tingkat keyakinan tertentu

Margin of error max yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat di toleransi atau diinginkan. Dengan tingkat keyakinan sebesar 95% atau $Z = 1,96$ dan *Moe* sebesar 10%.

Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 97 orang responden konsumen di PT. Fakta Brontak Digital yang telah melakukan keputusan pembelian secara *online* di Tokopedia.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

Data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder sebagai berikut:

3.3.1. Data penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder, dengan penjelasan sebagai berikut

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber data utama (Sugiyono, 2017:131). Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkan secara langsung. Data primer ini untuk mendapatkan responden tentang pengaruh persepsi harga, kemudahan, dan keamanan pada keputusan pembelian secara *online* di Tokopedia (Studi Kasus pada *Customer* Auto Service PT. Fakta Brontak Digital) yang diperoleh langsung oleh responden berdasarkan penyebaran kuesioner dan wawancara pada *Customer* Auto Service PT. Fakta Brontak Digital.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalkan lewat orang lain atau dokumen (Sugiyono 2017:137). Dapat dikatakan data sekunder merupakan data yang diperoleh selain dari kuesioner dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Sumber data yang digunakan oleh peneliti selain kuesioner dan wawancara adalah dokumen, buku, jurnal-jurnal, dan internet.

3.3.2. Metoda pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah

1. Observasi

Menurut Sugiyono (2017:310), Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses tersusun dari berbagai proses biologis maupun psikologis. Teknik ini digunakan apabila penelitian berkenan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam, dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar, Observasi dilakukan untuk mengamati keadaan yang ada di lapangan pada saat mengadakan penelitian pendahuluan.

2. Wawancara (*Interview*)

Menurut Sugiyono (2017:317), *Interview* digunakan sebagai teknik pengambilan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan yang akan diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

3. Angket (Kuesioner)

Menurut Sugiyono (2017:199), Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Apabila ada kesulitan dalam memahami kuesioner, responden bisa langsung bertanya kepada peneliti. Angket ini digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai persepsi harga, kemudahan dan keamanan terhadap keputusan pembelian secara *online* pada tokopedia.com (studi kasus pada *Customer Auto Service* PT. Fakta Brontak Digital) dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono, (2017:134), skala *likert* yaitu sebuah instrument atau alat ukur yang mewajibkan pengamat untuk menetapkan subyek kepada kategori atau kontinum dengan memberikan nomor atau angka pada kategori tersebut.

4. Studi Kepustakaan

Dalam studi kepustakaan ini peneliti mengumpulkan dan mempelajari berbagai teori dan konsep dasar yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Teori dan konsep dasar tersebut peneliti peroleh dengan cara menelaah berbagai macam sumber seperti buku, jurnal, dan bahan bacaan yang relevan. Menurut Martono (2018: 97) studi pustaka dilakukan untuk memperkaya pengetahuan mengenai berbagai konsep yang akan digunakan sebagai dasar atau pedoman dalam proses penelitian. Peneliti juga menggunakan studi pustaka dalam teknik pengumpulan data. Studi pustaka dalam teknik pengumpulan data ini merupakan jenis data sekunder yang digunakan untuk membantu proses penelitian, yaitu dengan mengumpulkan informasi yang terdapat dalam artikel surat kabar, buku-buku, maupun karya ilmiah pada penelitian sebelumnya. Tujuan dari studi pustaka ini adalah untuk

mencari fakta dan mengetahui konsep metode yang digunakan

3.4. Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini menggunakan skala likert, menurut Sugiyono (2017: 93) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian , fenomena sosial ini telah diterapkan secara spesifik oleh peneliti, yaitu selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Seperti tabel 3.1 dibawah ini:

Tabel 3.1 Ketentuan Pengukuran Instrumen Penelitian

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2017:93)

Berdasarkan variabel dan tujuan penelitian ini, maka peneliti memberikan instrument variabel sebagai tolak ukur variabel yang di tetapkan dalam penelitian ini. Instrument variabel dalam penelitian ini yang terdiri dari variabel, indikator , sub indikator dan banyaknya jumlah pertanyaan yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

Tabel 3.2 Variabel, Indikator, dan Sub Indikator Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	No Item
Persepsi Harga (X ₁)	Harga yang kompetitif	Adanya Selisih Harga lebih Mahal	1
		Harga lebih Terjangkau	2
	Kesesuaian Harga dengan Harga Pasar	Harga yang ditawarkan sesuai dengan harga pasaran	3
		Harga yang ditawarkan lebih tinggi dari pada harga dipasaran.	4
	Kesesuaian Harga dengan	Kualitas produk sesuai	5

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	No Item
	Kualitas produk	Kualitas produk baik	6
	Kesesuain Harga dengan Manfaat	Manfaat Produk Sesuai	7
		Manfaat Produk baik	8
	Potongan harga	Voucher Pembelian	9
		Diskon dengan minimum pembelian.	10

Sumber : Mursid (2014)

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Kemudahan (X ₂)	Situs Mudah Diakses	Dapat dilakukan dimana saja	1
		Dapat dilakukan tapa jam tertentu	2
	Situs mudah dipelajari	Aplikasi penggunaan situs mudah dipelajari	3
		Aplikasi Penggunaan situs dibuat secara umum	4
	Situs mudah digunakan	Aplikasi penggunaan situs mudah digunakan	5
		Situs mudah digunakan sesuai petunjuk penggunaan	6

Sumber: Davis dalam Alwafi dan Magnadi (2016)

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	No Item
Keamanan (X ₃)	Kerahasiaan	DiJaga data kebenaran	1
		Dilindungi	2

	Pengelolaan	kerahasiaan	
		Mudah digunakan	3
		Mudah diakses	4
	Memberikan keyakinan akan jaminan keamanan	Tanggung jawab atas data konsumen	5
		Memberikan kode OTP sebagai kode akses	6

Sumber :Anthasari dan Widiastuti (2016)

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Keputusan Pembelian (Y)	Pemilihan Produk	Model Inovatif	1
		Beragam Produk	2
	Pemilihan Merek	Karakteristik	3
		Logo	4
	Pemilihan Saluran Pembelian	Website Resmi	5
		Marketplace	6
	Penentuan waktu pembelian	Kebutuhan	7
		Discount Produk	8
	Jumlah Pembelian	Minimum Pembelian	9
		Tidak ada batasan pembelian	10
	Metode Pembelian	Cash On Delivery	11
		Transfer Bank	12

Sumber :Kotler & Keller (2012)

3.5. Metoda Analisis Data

Langkah-langkah yang digunakan untuk pengolahan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

3.5.1. Metoda pengolahan data

Data yang diperoleh selanjutnya diolah dengan menggunakan software

SPSS. Software SPSS digunakan untuk mempermudah dalam melakukan pengolahan data, sehingga hasilnya lebih cepat dan tepat selain itu Software SPSS sudah umum digunakan dalam penelitian statistik. Dimana dilakukan editing dan coding. *Editing* adalah tahapan pertama dalam pengolahan data yang diperoleh peneliti dari lapangan dengan melakukan pengecekan terhadap kemungkinan kesalahan jawaban responden serta ketidakpastian jawaban responden. *Coding* adalah memberikan atau tanda atau kode tertentu terhadap alternatif jawaban sejenis atau menggolongkan sehingga dapat memudahkan peneliti mengenai tabulasi.

3.5.2. Metoda penyajian data

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan disajikan dalam bentuk tabel agar mempermudah dalam menganalisis dan memahami data sehingga data yang disajikan lebih sistematis. Dimana dilakukan tabulasi. Tabulasi adalah perhitungan data yang telah dikumpulkan dalam masing-masing kategori sampai tersusun dalam tabel yang mudah dimengerti. Data yang diperoleh, setelah diolah dan disortir akan digunakan untuk analisis statistik data sesuai dengan tujuan penelitian. Analisis data yang digunakan adalah analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis.

3.5.3. Analisis statistik data

Untuk membahas hasil penelitian, penulis menggunakan data berpasangan berdasarkan data yang diperoleh. Oleh karena terdapat lebih dari satu variabel independen, yaitu tiga buah variabel independen, dan satu buah variabel dependen, maka metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis (parsial dan berganda) sebagai berikut :

3.5.3.1. Uji Instrumen

Suatu kuesioner bergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. Data penelitian tidak akan berguna jika instrumen yang akan

digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak memiliki *validity* (tingkat kesahihan) dan *reability* (tingkat keandalan) yang tinggi. Pengujian dan pengukuran tersebut masing-masing menunjukkan konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan.

1. Uji validitas

Uji Validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Menurut Sugiyono untuk menguji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total adalah jumlah dari semua skor pernyataan. Data yang telah diperoleh ditabulasikan dan dilakukan analisis faktor dengan metode *Construck Validity* dengan menggunakan metode korelasi sederhana. Apabila hasilnya sebesar 0.3 atau lebih, maka faktor tersebut merupakan konstruksi yang kuat atau memiliki validitas konstruksi yang baik.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen ini adalah *Product Moment* dari Karl Pearson, sebagai berikut:

$$r_{XY} = \frac{n \sum X Y - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \dots\dots\dots (3.1)$$

Keterangan:

r_{XY} = Koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari

n = Banyaknya responden yang dicari (sampel)

X = Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

Kemudian hasil dari r_{xy} dibandingkan dengan nilai kritis *product moment* (r_{kritis}) dalam penelitian ini 0,30. Apabila hasil yang diperoleh $r_{xy} > r_{kritis}$, maka instrumen tersebut valid. Dalam praktiknya untuk menguji validitas kuesioner sering menggunakan bantuan *software Microsoft Office Excel* dan *Statistical Product and Service Solution (SPSS)*.

2. Uji reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau *handal* jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah *reliable* akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan bantuan program computer SPSS. Instrumen yang dipakai dalam variabel tersebut dikatakan *handal* (*reliable*) apabila memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 (Priyatno, 2016:26).

$$\text{Koefisien Alpha Cronbach: } \alpha_{it} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right) \dots\dots(3.2)$$

Keterangan :

k = jumlah butir kuisisioner

α_{it} = koefisien keterandalan butir kuisisioner

$\sum S_i^2$ = jumlah variansi skor butir yang valid

S_t^2 = variansi total skor butir

Untuk mencari besarnya variansi butir kuisisioner dan variansi total skor butir di gunakan rumus sebagai berikut :

$$S_i^2 = \frac{\sum X_i^2}{n} - \left(\frac{\sum X_i}{n} \right)^2 \dots\dots\dots(3.3)$$

Keterangan :

$\sum X_i$ = jumlah skor setiap butir

$\sum X_i^2$ = jumlah kuadrat skor setiap butir

Menurut Sekaran (2013), dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas ini adalah sebagai berikut:

Jika koefisien *Cronbach's Alpha* $\geq 0,6 \rightarrow$ maka *Cronbach's Alpha acceptable* (*construct reliable*).

Jika *Cronbach's Alpha* < 0,6 → maka *Cronbach's Alpha poor acceptable (construct unreliable)*.

3.5.3.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis R^2 (*R square*) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu (0-1). Jika nilai R^2 mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variabel variabel independen terhadap variabel dependen. sebaliknya, jika R^2 mendekati 0 (nol) maka semakin lemah variasi variabel independen menerangkan variabel dependen. (Priyatno, 2016:125) Untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel independent terhadap variabel dependent dapat ditentukan terhadap rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

1. Koefisien determinasi parsial

- a. Kontribusi pengaruh kepercayaan (X_1) terhadap keputusan pembelian secara *online* di Tokopedia pada *Customer Auto Service* PT. Fakta Brontak Digital (Y)

$$KDP_1 = (r_{Y1.23})^2 \times 100\%$$

- b. Kontribusi pengaruh kemudahan (X_2) terhadap keputusan pembelian secara *online* di Tokopedia pada *Customer Auto Service* PT. Fakta Brontak Digital (Y)

$$KDP_2 = (r_{Y2.13})^2 \times 100\%$$

- c. Kontribusi pengaruh keamanan (X_3) terhadap keputusan pembelian secara *online* di Tokopedia pada *Customer Auto Service* PT. Fakta Brontak Digital (Y)

$$KDP_3 = (r_{Y3.12})^2 \times 100\%$$

2. Koefisien Determinasi Simultan

Kontribusi pengaruh kepercayaan, kemudahan dan keamanan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian secara *online* di Tokopedia pada *Customer Auto Service PT. Fakta Brontak Digital*

$$Adjusted R^2 = (r_{Y123})^2 \times 100\%$$

3.5.3.3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial dan berganda. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

1. Pengujian hipotesis parsial

a. Pengaruh X_1 terhadap Y

$H_0 : \beta_{y1.23} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan persepsi harga terhadap keputusan pembelian secara *online* di Tokopedia pada *Customer Auto Service PT. Fakta Brontak Digital*).

$H_a : \beta_{y1.23} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh signifikan persepsi harga terhadap keputusan pembelian secara *online* di Tokopedia pada *Customer Auto Service PT. Fakta Brontak Digital*).

b. Pengaruh X_2 terhadap Y

$H_0 : \beta_{y2.13} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan kemudahan terhadap keputusan pembelian secara *online* di Tokopedia pada *Customer Auto Service PT. Fakta Brontak Digital*).

$H_a : \beta_{y2.13} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh signifikan kemudahan terhadap keputusan pembelian secara *online* di Tokopedia pada *Customer Auto Service PT. Fakta Brontak Digital*).

c. Pengaruh X_3 terhadap Y

$H_0 : \beta_{y3.12} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan keamanan terhadap keputusan pembelian secara *online* di Tokopedia pada *Customer Auto Service* PT. Fakta Brontak Digital).

$H_a : \beta_{y3.12} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh signifikan keamanan terhadap keputusan pembelian secara *online* di Tokopedia pada *Customer Auto Service* PT. Fakta Brontak Digital).

Untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial, dilihat dari nilai *P-value* dibandingkan terhadap α ($5\% = 0,05$)

H_0 ditolak, H_a diterima jika *P-value* $< 0,05$ dan

H_0 diterima, H_a ditolak jika *P-value* $\geq 0,05$

2. Pengujian hipotesis simultan (Pengaruh X_1X_2 dan X_3 terhadap Y)

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji pengaruh secara berganda. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

$H_0 : \beta_{y123} = 0$ (secara simultan tidak terdapat pengaruh signifikan persepsi harga, kemudahan dan keamanan terhadap keputusan pembelian secara *online* di Tokopedia pada *Customer Auto Service* PT. Fakta Brontak Digital).

$H_a : \beta_{y123} \neq 0$ (secara simultan terdapat pengaruh signifikan persepsi harga, kemudahan dan keamanan terhadap keputusan pembelian secara *online* di Tokopedia pada *Customer Auto Service* PT. Fakta Brontak Digital).

Adapun untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara berganda (bersama-sama), digunakan nilai *Significance F* dibandingkan terhadap α ($5\% = 0,05$).

H_0 ditolak, H_a diterima jika *Significance F* $< 0,05$ dan

H_0 diterima, H_a ditolak jika *Significance F* $\geq 0,05$