

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Penelitian kuantitatif banyak digunakan dalam ekonomi, psikologi, demografi, sosiologi, pemasaran dll. Penelitian kuantitatif menghasilkan informasi hanya pada kasus-kasus tertentu yang dipelajari, dan kesimpulan yang lebih umum hanyalah hipotesis (Corrine, 2011). Berdasarkan jenis data yang digunakan. Penelitian ini termasuk Penelitian kuantitatif sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena menggunakan survei meliputi studi cross sectional dan longitudinal yang menggunakan instrumen kuesioner atau wawancara terencana dalam pengumpulan data, yang bertujuan untuk menggeneralisasi populasi berdasarkan sampel yang telah ditentukan.

Penelitian kuantitatif adalah strategi penelitian yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data (Bryman, 2012). Penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya (Sugiono, 2019). Menurut Yusuf (2016:43,44) penelitian kuantitatif adalah sebuah metode pengolahan data menggunakan teknik statistik berdasarkan data kuantitatif atau jenis data lain yang dikuantitatifkan.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Menurut KBBI, Populasi adalah kumpulan individu sejenis yang berada pada wilayah tertentu dan pada waktu yang tertentu pula. Populasi dianggap sebagai suatu kumpulan subjek, variabel, konsep, atau fenomena yang dapat diteliti untuk mengetahui sifat populasi yang bersangkutan (Morissan, 2012:19). Menurut Arikunto (2013:106) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Sedangkan menurut Ferdinand (2016) populasi merupakan gabungan seluruh

elemen yang membentuk peristiwa, hal atau orang yang membentuk karakteristik serupa yang akan menjadi pusat perhatian peneliti karena dipandang sebagai semesta penelitian.

Adapun pengambilan data dengan menggunakan populasi karena melibatkan seluruh kelompok orang, peristiwa, atau benda yang menjadi pusat perhatian untuk diteliti. Dalam penggunaan populasi untuk penelitian ini digunakan dua jenis populasi yaitu :

1. Populasi Umum

Populasi umum yang diambil di dalam penelitian ini adalah Mahasiswa para pengguna *e-commerce* di Indonesia.

2. Populasi Sasaran

Populasi sasaran pada penelitian ini adalah pengguna internet di wilayah DKI Jakarta.

3.2.2. Sampel Penelitian

Sampel penelitian merupakan sebagian dari populasi yang akan diambil untuk dapat diteliti dan hasil penelitiannya digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan. Menurut Hendryadi (2019:162-180), sampel dapat dinyatakan sebagai sebagian dari populasi yang diambil dengan teknik atau metode tertentu untuk diteliti dan digeneralisasi terhadap populasi.

Penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sample dengan pertimbangan tertentu. Dalam pertimbangan untuk sample dalam penelitian ini adalah responden dengan kriteria sebagai berikut :

1. Pengguna internet aktif
2. Pernah melakukan transaksi pada *e-commerce*

Adapun terdapat jumlah pengunjung *website* ataupun aplikasi JD.ID yang dicantumkan sebagai berikut:

Tabel 3.1 Jumlah pelanggan JD.ID

Pelanggan/Bulan			Pelanggan/Per Hari		
Oct '20	Nov'20	Des'20	Oct '20	Nov'20	Des'20
4,050,000	3,950,000	4,450,000	130,645	131,666	143,548

Sumber : SimilarWeb

Berdasarkan data diatas, maka rata-rata kunjungan pelanggan/bulan pada JD.ID yaitu sebesar 4,150,000 dan besaran kunjungan pelanggan/hari yaitu 135,286. Dalam penelitian ini, besarnya sample ditetapkan dengan menggunakan rumus slovin. Adapun rumus slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

n = ukuran sample

N = ukuran populasi

e = standar error (10%)

Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{4,150,000}{1+4,150,000(0,1)^2}$$

$$n = \frac{4,150,000}{1+41,500}$$

$$n = \frac{4,150,000}{41,501}$$

$$n = 99,9975 = 100 \text{ sampel}$$

Atas dasar perhitungan rumus diatas, maka sampel penelitian ini adalah 100 responden yang telah berumur diatas 17 tahun dan pernah bertransaksi di JD.ID minimal 2 kali di sekitar DKI Jakarta.

3.3. Data dan Metode Pengambilan Data

3.3.1. Sumber Data

A. Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Menurut Arikunto (2013) data primer adalah data yang dikumpulkan melalui pihak pertama, biasanya dapat melalui wawancara, kuesioner, jejak, dan lain-lain. Data primer penelitian ini diperoleh dari menyebarkan kuesioner Mahasiswa, Karyawan, Wiraswasta dan lain-lain yang bersedia menjadi responden untuk mengisi kuesioner.

B. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung ataupun data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain (Hendryadi, 2019). Menurut Silalahi (2012) data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan

3.3.2. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah sumber data primer. Dimana sumber data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung dari obyeknya. Adapun data yang diperoleh dengan cara meminta keterangan dari responden yang pernah membeli atau merasakan produk melalui *e-commerce*. Data primer didalam penelitian ini meliputi pernyataan kuesioner pada Mahasiswa atau Pelajar, Karyawan, Wiraswasta yang pernah bertransaksi di JD.ID.

3.3.2.1 Kuesioner

Kuesioner Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik riset lapangan (survei) dengan cara menyebarkan kuisisioner yang berisi lembaran pernyataan-pernyataan yang diberikan kepada konsumen. Kuesioner adalah

pengumpulan data yang sering tidak memerlukan kehadiran oleh peneliti, namun cukup diwakili oleh pertanyaan yang sudah disusun secara cermat terlebih dahulu (Sanusi, 2017:109). Dalam penelitian ini kuesioner disebarikan kepada Mahasiswa atau Pelajar, Karyawan, Wiraswasta dan lain-lain yang pernah bertransaksi di JD.ID minimal 2 kali, diharapkan melalui kuesioner peneliti bisa mendapatkan data yang akurat dan informasi yang relevan mengenai penelitian. Instrument dalam penelitian ini menggunakan skala Likert, responden akan diberikan pertanyaan-pertanyaan dengan beberapa alternatif jawaban yang dianggap responden sangat tepat. Penelitian ini menggunakan pengukuran variabel skala Likert dengan menggunakan metode scoring. Adapun urutan scoring terdiri dari :

1. Angka 1 (Sangat Tidak Setuju) sampai dengan 4 (Sangat Setuju) untuk semua variabel.

Skala 1 – 4 diberikan agar responden mudah dalam memberikan penilaian atas pertanyaan yang diajukan, seperti tabel dibawah ini :

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

Tabel 3.2 Tabel Skor

Adapun indikator dan sub indikator yang terdapat dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.3. Indikator Variabel Teknologi

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Item
Teknologi (X1)	Fleksibilitas	Mempermudah dalam proses transaksi	1

	Bermanfaat (usefull)	Pemberian kualitas layanan pada <i>website/aplikasi</i>	2
	Peningkatan Produktifitas	Produktifitas dalam melakukan inovasi <i>website/aplikasi</i>	3
	Peningkatan Efektifitas	Mempertinggi efektifitas dalam proses transaksi	4
	Peningkatan Kinerja	Meningkatkan kinerja dalam proses transaksi	5

Sumber : Maflikhah (2010)

Tabel 3.4. Indikator Variabel Kualitas Layanan

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Item
Kualitas Layanan (X2)	<i>Reliability</i> (kehandalan)	Memberikan layanan secara akurat, terpercaya dengan akurasi yang tinggi	6
	<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	Pelayanan yang cepat tanggap	7
	<i>Assurance</i> (jaminan)	Memberikan jaminan dan kepastian (assurance)	8
	<i>Emphaty</i> (empati)	Memahami kebutuhan dan keinginan	9
	<i>Tangibles</i> (bukti fisik)	Tampilan <i>website</i> yang menarik	10

Sumber : Lubis dan Andayani (2017)

Tabel 3.5. Indikator Variabel Keamanan

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Item
Keamanan (X3)	Kerahasiaan Data	Tidak menyalahgunakan data pribadi	11
	Metode Pembayaran yang aman	Jaminan keamanan dalam transaksi	12
	syarat dan ketentuan	Menjaga privasi dan data diri	13

Sumber : Arasu & Viswanathan (2011)

Tabel 3.6. Indikator Variabel Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Item
Keputusan Pembelian (Y)	Pemilihan Produk	Pembelian produk berdasarkan kebutuhan	14
	Pemilihan Merek	Pembelian produk berdasarkan informasi yang benar	15
	Pemilihan Saluran Pembelian	Pembelian produk karena sumber terpercaya	16
	Penentuan Waktu Pembelian	Proses pemesanan dengan cepat	17
	Jumlah Pembelian	Pembelian produk bermacam jenis	18
	Metoda Pembayaran	Memiliki pilihan metode pembayaran	19

Sumber : Kotler & Keller (2012)

3.4. Operasionalisasi Variabel

Variabel bebas dan terikat dapat didefinisikan sebagai berikut :

1. Teknologi (X1), penggunaan teknologi *e-commerce* khususnya pada JD.ID adalah penjualan dan pemasaran produk ataupun jasa. Dengan adanya layanan *e-commerce* memberikan kemudahan bagi konsumen.
2. Kualitas layanan (X2) merupakan keunggulan kompetitif suatu perusahaan, bagaimana perusahaan memberikan fasilitas kepada konsumen yang melakukan kegiatan belanja, pembelian sampai pada siklus akhir pengiriman serta layanan *after sales*.
3. Keamanan (X3) adalah kemampuan perusahaan *e-commerce* khususnya JD.ID dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data
4. Keputusan Pembelian (Y) adalah pada saat konsumen membeli produk yang telah dipilihnya di *e-commerce*. Terdapat lima proses keputusan pembelian, diantaranya pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

3.5. Metode Analisis Data

3.5.1. Metoda Pengolahan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode yang menggunakan angket, google form dan observasi partisipatoris sebagai intrumen pengumpulan datanya. Setelah data kuesioner dapat teakumulasi, jawaban-jawaban dari kuesinoer akan diberikan bobot mengikuti skala Linkert, kemudian data diolah agar dapat mengetahui tingkat hubungan antara variabel-variabel penelitian. Untuk mengelola data yang terkumpul dikerjakan menggunakan program statistik SPSS 25.0.

3.5.2. Metoda Penyajian data

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan disajikan dalam bentuk tabel dengan maksud agar memudahkan dalam menganalisis dan memahami data sehingga data yang disajikan lebih sistematis.

3.5.3. Alat Analisis Statistik Data

3.5.3.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan keabsahan suatu instrument. Instrument dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat (Arikunto, 2010). Jika instrument dikatakan valid bila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara akurat atau tepat (Rusman, 2015). Metode yang sering digunakan untuk memberikan suatu penilaian terhadap validitas kuesioner adalah korelasi produk momen (*moment product correlation*, *pearson correlation*) antara skor setiap butir pertanyaan dengan skor total, sehingga sering disebut sebagai *inter item-total correlation*. Adapun syarat minimum suatu item dianggap valid apabila hasilnya sebesar 0,30 atau lebih. Alat pengujian validitas ini menggunakan rumus korelasi *pearson product moment*, sebagai berikut :

$$r_{hitung} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}} \dots\dots$$

Keterangan :

r hitung = koefisien validitas butir pernyataan yang dicari

n = jumlah responden (sampel)

X = skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = skor total yang diperoleh dari seluruh item

Adapun kriteria ketentuan pengujian validitas sebagai berikut :

1. Hasil r hitung > r tabel, maka valid
2. Hasil r hitung < r tabel, maka tidak valid

3.5.3.2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas menunjuk pada pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik (Arikunto, 2009). Instrument yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel maka akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. penelitian ini menggunakan *one shot* yaitu pengukuran hanya sekali. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reabilitas dengan uji statistik Cronbach *Alpha* (α) lebih dari 0,60. Ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Hasil $\alpha > 0,60$ = reliable
2. Hasil $\alpha < 0,60$ = tidak reliable

3.5.4. Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Koefisien determinasi pada dasarnya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen atau variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah nol atau satu. Nilai R^2 yang kecil dapat diartikan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Namun apabila nilai mendekati satu berarti variabel independen hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variasi variabel dependen. Rumus yang digunakan adalah :

$$\mathbf{KD = r^2 \times 100\%}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

Untuk menganalisis data penelitian uji validitas dan realibilitas sampai dengan analisis uji koefisien determinan didalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan software pengolahan data melalui aplikasi SPSS 25.0