

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:2) secara umum metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Maka metode yang digunakan untuk meneliti masalah “ Pengaruh Persepsi Harga, Ulasan Produk, Kepercayaan, dan Kemudahan bertransaksi Terhadap Minat Beli Konsumen di *E-Commarce* Lazada selama Pandemi Covid-19”. Ini adalah metode asosiatif dengan bentuk hubungan kausal. Menurut Sugiyono (2016:11) Metode asosiatif adalah metode yang digunakan untuk mencari suatu hubungan atau pengaruh antara variabel satu dengan variabel lain. Sedangkan bentuk hubungan atau pengaruh antara variabel satu dengan variabel lain. Sedangkan bentuk hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab-akibat sehingga akan ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi). Selain menggunakan metode asosiatif kausal, penulis juga menggunakan metode deskriptif dalam menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan.

Menurut Sugiyono (2016:147) metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2016:80), populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Jadi, populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi keseluruhan karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek. Sesuai dengan tujuan penelitian ini maka sebagai populasi target penelitian adalah Konsumen Lazada di Wilayah Bekasi Barat yang pernah melakukan transaksi pada *e-commerce* lazada dalam 2 bulan terakhir.

2. Sampel

Menurut sugiyono (2017:81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel pada penelitian ini konsumen di wilayah Bekasi Barat yang pernah melakukan transaksi pada *e-commerce* lazada dalam 2 bulan terakhir. Pada penelitian ini, penelitian menggunakan sampel (mewakili), yaitu sampel yang benar-bener mencerminkan populasinya. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Karna jumlah populasi dalam penelitian ini belum dapat diketahui jumlah responden, maka sampel yang diambil dengan menggunakan rumus perdugaan proporsi atau proporsi tak terduga :

Sumber: Wibisono dalam Riduwan, akson dan Akdon (2013).

Tabel 3.1 Rumus Sampel Wibisono

$$N = \frac{((Z_{\alpha/2}) \cdot \sigma)^2}{e}$$
$$N = \frac{(1,96 \cdot 0,25)^2}{5\%}$$

N = 96,04 di bulatkan 96.

N = Jumlah Sampel.

$Z_{\alpha/2}$ = nilai dari tabel distribusi normal atas tingkat keyakinan 95% = 1,96

σ = standar deviasi 25%

e = error (batas Kesalahan = 5%) = 0,05

sehingga dalam penelitian ini peneliti menggunakan ukuran sampel minimal 96 responden, menurut jumlah tersebut di anggap sudah representative untuk memperoleh data penelitian yang telah berbelanja *online* melalui *e-commerce* lazada di wilayah bekasi barat.

3.2.2 Sampling dan Sampel Penelitian

Dalam penelitian ini, menentukan jumlah sampel yang akan digunakan, penelitian ini menggunakan teknik *non probability* sampling yaitu dengan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2016:82) yang dimaksud *non Probability sampling* adalah teknik yang tidak memberikan peluang / kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Menurut Sugiyono (2016:82) *purposive sampling* adalah “teknik penentuan sampel dengan pertimbangan

tertentu”. Berdasarkan hal tersebut, penarikan sampel dengan pertimbangan bahwa yang menjadi responden adalah Wilayah Medan Satria Rt 03 Rw 02 Bekasi Barat yang pernah melakukan transaksi di *E-commerce* Lazada dalam 2 bulan terakhir.

3.3 Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis Data

Metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014:35) metode kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat, positifme, digunakan untuk meneliti pada populasi, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.3.2 Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian ini adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua sumber data yaitu:

1. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber data dengan observasi langsung (Sugiyono 2015:224), dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh langsung dari responden melalui pengisian kuesioner yang diberikan kepada konsumen *e-ommerce* lazada.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data pendukung yang diperoleh dari sumber lain atau perantara lain yang berkaitan dengan penelitian Sugiyono, (2015:224). Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh melalui pengutipan data dan informasi dari berbagai sumber yang relevann dalam penelitian ini seperti: Jurnal, Web, Buku.

3.3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan/ pernyataan (kuesioner). Menurut Sugiyono (2016:142) “Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Responden tersebut yang pernah melakukan transaksi pada *e-commerce* lazada.

Menurut Sugiyono (2016:93) berpendapat bahwa skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena dan social. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Terdiri dari 5 tingkatan dengan masing-masing mempunyai bobot nilai. Adapun skala Likert yang digunakan sebagai berikut :

Tabel 3.2
Skala Likert

Kategori	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (ST)	4
Ragu-Ragu (RG)	3
Kurang Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2016:94)

Semakin besar jumlah nilai yang diberikan responden untuk tiap variabel menunjukkan bahwa variabel tersebut semakin berpengaruh positif. Rentan skala dimana hasil dan nilai rata-rata kemudian dipetakan kedalam rentan skala yang mempertimbangkan informasi interval berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{Banyaknya kelas}} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Setelah besarnya interval diketahui, kemudian dibuat rentan skala dalam penelitian ini, sehingga dapat diketahui dimana letak rata-rata penilaian responden. Rentan skala yang digunakan adalah sebagai berikut :

1,00 - 1,80 : Sangat Tidak Baik

1,80 - 2,60 : Tidak Baik

2,60 - 3,40 : Cukup Baik

3,40 - 4,20 : Baik

4,20 - 5,00 : Sangat Baik

3.4 Opresionalisasi Variabel

Penelitian ini menggunakan 5 variabel yang terdiri dari variabel Persepsi Harga (X_1) Ulasan Produk, (X_2), Kepercayaan (X_3), dan Kemudahan bertransaksi (X_4) Terhadap Minat Beli (Y) Konsumen pada *E-Commerce* Lazada selama pandemi covid-19.

Dengan mengacu pada teori yang ada, adapun definisi operasional variabel sebagai berikut:

Tabel 3.3
Tabel Opresional Variabel

No.	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Persepsi Harga (X_1) Zeithaml dalam Kusdyah (2012)	1. <i>Price tansparancy</i> 2. <i>Price quality ratio</i> 3. <i>Price relative</i> 4. <i>Price confidence</i> 5. <i>Price reliability</i> 6. <i>Price fairness</i>	Butir Pernyataan
2.	Ulasan Produk, (X_2) Moe dan Schweidel, (2012)	1. Kesadaran atau awareness 2. Frekuensi atau frequency 3. Perbandingan atau comparison 4. Pengaruh atau effect	Butir Pernyataan
3.	Kepercayaan (X_3) Sudaryono, (2016:68)	1. Kemampuan 2. Kebaikan Hati 3. Integritas	Butir Pernyataan

4.	Kemudahan bertransaksi (X ₄) Goodwin dan Silver. (2013: 3)	1. Kemudahan mengenali 2. Kemudahan navigasi 3. Kemudahan mengumpulkan informasi 4. Kemudahan membeli	Butir Pernyataan
5.	Terhadap Minat Beli (Y) (Saifudin, 2019:149)	1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat prefensial 4. Minat eksploratif	Butir Pernyataan

3.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis

3.5.1 Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian, sering hanya ditekankan pada uji validitas dan reliabilitas. Dalam penelitian kuantitatif, kriteria utama terhadap data hasil penelitian adalah valid, reliabel, dan objektif. Metode yang digunakan untuk menguji keabsahan data adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2016:2), “validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti”. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, untuk mendapatkan data yang valid, reliabel, dilakukan pada sampel yang mendekati

jumlah populasi dan pengumpulan serta analisis data yang dilakukan dengan cara yang benar.

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid (Sugiyono, 2016:121). Untuk mengetahui apakah nilai korelasi signifikan, maka nilai korelasi hitung (r hitung) dibandingkan dengan nilai r pada tabel. *Degree of Freedom* (df) yang digunakan adalah $n - 2$. Jika nilai r hitung $>$ dari r tabel maka item tersebut adalah valid. Teori lain mengatakan jika nilai $r \geq 0,3$ maka item pertanyaan dikatakan valid (Irmawartini & Nurhaedah, 2017:140).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas diukur dengan menggunakan fasilitas cronbach alpha (α). Variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha $> 0,60$ (Ghozali, 2011:48).

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Asumsi Klasik

Sebelum angka dianalisis lebih lanjut maka terlebih dahulu akan diuji Normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas, yaitu:

A. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:154), “uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak”. Apabila variabel tidak berdistribusi secara normal maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan *one sample kolmogorov smirnov* yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikan di atas 0,05 maka data terdistribusi normal. Sedangkan jika hasil *one sample*

kolmogorov smirnov menunjukkan nilai signifikan dibawah 0,05 maka data tidak terdistribusi normal (Rumiati, 2017).

B. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat kolerasi (hubungan) antar variabel bebas (Independen) (Ghozali, 2013) Uji multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *cut off* yang umumnya dipakai untuk menunjukkan atau tidaknya multikol adalah sebagai berikut :

- 1). Jika nilai *Tolerance* $> 0,1$ dan *VIF* < 10 , Maka tidak terjadi Multikolinearitas.
- 2). Jika nilai *Tolerance* $< 0,1$ dan *VIF* > 10 , maka terjadi Multikolinearitas.

C. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedasitas dengan alat uji Glejser yang dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Menurut Ghozali (2013) menyatakan uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual antara pengamatan yang satu dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Jika varian dari residual satu pengamatan lain berbeda, maka disebut Heteroskedastisitas dan jika sama disebut Homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi Heteroskedastisitas. Uji Heterokesdatisitas dapat dilihat dengan menggunakan grafik plot antara nilai prediksi veriabel terikat (ZPRED) dengan

residualnya (SRESID). Ghozali (2005) Jika grafik plot menunjukkan suatu pola titik seperti titik yang bergelombang atau melebar kemudian mengempuk, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi homokesdatisitas, tidak terjadi heterokesdatisitas.

3.6 Metoda Analisis Data

Analisis data merupakan “kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul”. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2010:206). Berikut adalah cara yang dilakukan penulis untuk mengolah data :

1. Regresi Linier Berganda

Analisis yang digunakan peneliti, bila bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai factor prediktor dimanupulasi (dinaik turunkan nilainya) (Sugiyono 2010:22). Pada penelitian ini analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel Pengaruh Persepsi Harga, Ulasan Produk, Kepercayaan, dan Kemudahan bertransaksi Terhadap Minat Beli Konsumen di *E-Commarce* Lazada selama Pandemi Covid-19. Fungsi untuk model ini disusun sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana :

Y = Minat Beli

A = Konstanta

b₁-b₂-b₃-b₄ = Koefisien regresi yang akan ditaksir

X₁ = Persepsi Harga

X₂ = Ulasan Produk

X_3 = Kepercayaan

X_4 = Kemudahan Bertransaksi

e = *error* / variabel pengangggu

2. Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana ada hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negative dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Analisis linier sederhana pada penelitian ini digunakan untuk menganalisis pengaruh Persepsi Harga (X_1), Ulasan Produk (X_2), Kepercayaan (X_3), Kemudahan Bertransaksi (X_4), yang memiliki pengaruh terhadap Minat Beli (Y) pada *e-commerce* lazada. Adapun persamaan umum regresi linier sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bx$$

Sumber : Sugiyono (2010:270)

Dimana :

Y = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X = Variabel independen

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b = koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

3. Uji Hipotesis

a. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen. Dalam hal ini berlaku, bila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka koefisien korelasi ganda yang di uji adalah signifikan, yaitu dapat diberlakukan untuk seluruh populasi. F_{tabel} dapat dicari dengan didasarkan pada taraf signifikansi 5% (0.05) dan $df = n-k$. apabila nilai sig lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima.

Adapun kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

H_0 ditolak dan H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, pada $\alpha = 5\%$

H_0 diterima dan H_a ditolak jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, pada $\alpha = 5\%$

H_0 ditolak dan H_a diterima jika nilai sig $< \alpha = 0,05$

H_0 diterima dan H_a ditolak jika nilai sig $> \alpha = 0,05$

b. Uji T (Parsial)

Dalam penelitian ini pengujian dilakukan dengan menggunakan uji t untuk melihat sejauh mana pengaruh (positif/negative) variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent (X) secara individual mempengaruhi langkah-langkah variabel dependent (Ghozali, 2011:84)

1. Perumusan Hipotesisnya

$H_0 = b_1 < 0$, yang berarti tidak ada pengaruh yang positif variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat y (Minat Beli).

$H_a = b_1 > 0$, yang berarti ada pengaruh yang positif variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat Y (Minat Beli).

2. Kriteria pengakuannya adalah :

H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($\alpha = 0,05$) H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $T_{hitung} < T_{tabel}$ ($\alpha = 0,05$)

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Priyanto (2013:86) Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur jumlah seberapa variabel bebas dalam menerangkan variasi variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi adalah 0 sampai 1, semakin mendekati 0 besarnya koefisiennya determinasi suatu persamaan regresi, semakin kecil pula pengaruh semua variabel independent terhadap nilai variabel dependen. Sebaliknya, semakin mendekati 1 besarnya koefisien determinasi suatu persamaan regresi, semakin besar pula pengaruh semua variabel independent terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2010:250) pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

Tabel 3.4

Koefisien Determinasi (R^2)

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 -1,000	Sangat Kuat