

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif (*causal study*) alasan peneliti menggunakan strategi ini yaitu untuk mengetahui hubungan sebab-akibat atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini metode asosiatif digunakan oleh peneliti untuk menjelaskan tentang pengaruh Kepercayaan konsumen (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Kemudahan transaksi (X3) merupakan variabel independen (bebas), dan Minat Beli Ulang (Y) merupakan dependen (terikat).

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono,2017:11). dengan menggunakan angket (kuesioner). Tingkat yang digunakan untuk mengukur jawaban responden adalah dengan menggunakan Skala Likert. Dengan menggunakan variabel kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan,kemudahan transaksi dan minat beli ulang sebagai data untuk memperoleh informasi.

3.2 Populasi dan sampel penelitian

3.2.1 Populasi Penelitian

Menurut (Sugiyono,2017:297) pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Populasi

Adapun Populasi yang akan diteliti yaitu seluruh konsumen di Jakarta timur yang pernah melakukan pembelian secara online melalui aplikasi mobile Shopee di Jakarta Timur. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui dengan pasti jumlahnya. Dengan demikian penulis melakukan pengumpulan data secara langsung, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan rumus sampel MOE

untuk mengetahui berapa banyak jumlah responden yang akan dijadikan sebagai sampel pada penelitian ini.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah atau karakteristik dari populasi tersebut (Sugiyono, 2017:119). Dalam Penentuan sampel pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *Non Probability sampling* dengan metode *purposive sampling* yaitu sampel yang dipilih dengan pertimbangan tertentu. Dalam penentuan sampel peneliti memilih dan menyeleksi sampel yang untuk dipakai sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan untuk mendapatkan data yang diyakini representatif terhadap penelitian yaitu :

1. Responden dengan usia minimal 17 tahun.
2. Pernah berbelanja online melalui aplikasi Shopee minimal dua kali.
3. Berlokasi di Jakarta timur.

untuk dapat memberikan informasi yang akurat dalam pengisian kuesioner. Atas dasar perhitungan rumus MOE dalam Widiyanto (2012:58) ukuran populasi penelitian ini sangat banyak dan tidak diketahui dengan pasti, Jumlah sampel yang ditemukan sebanyak 100 responden.

Dalam penelitian ini sampel yang dibutuhkan yaitu responden yang pernah minimal dua kali berbelanja pada aplikasi shopee.co.id dan aplikasi belanja online lainnya. Rumus MOE dalam Widiyanto (2012:58) mengatakan bahwa dalam penentuan sampel jika populasinya besar dan tidak diketahui maka dalam penelitian ini menggunakan rumus :

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95%

(maka Z=1,96 =5%)

Moe = *Margin of error* atau kesalahan maksimum yang dapat di torerir (dalam penelitian ini yaitu sebesar, 10%)

Dengan menggunakan perhitungan rumus di atas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{1.96^2}{4(10\%)^2}$$

$$n = 96,04 = 97 \text{ dan dibulatkan menjadi } 100$$

Dari hasil perhitungan rumus diatas, maka sampel pada penelitian ini adalah 100 responden yang merupakan konsumen pengguna aplikasi belanja online shopee.

3.3 Data dan Metoda pengumpulan data

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data dan sumber sekunder adalah sumber merupakan sumber yang secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misalnya dari orang lain atau melalui dokumen (Sugiyono, 2017:187). Sumber primer dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui kuesioner yang telah diisi oleh responden. Sumber sekunder dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh melalui situs internetworldstats.com, databoks, katadata.co.id, iprice.co.id, shopee.co.id, APJII dan data yang diperoleh dari pihak-pihak lain seperti data penelitian terdahulu.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner *online* melalui *google form*. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang mencakup semua pertanyaan yang digunakan untuk mendapatkan data yang sedang diteliti (Sugiyono, 2017:193). Kuesioner diberikan kepada responden pengguna aplikasi belanja online shopee.co.id di Jakarta Timur.

3.4 Operasionalisasi Variabel

3.4.1 Skala Likert

Dalam penelitian ini untuk menilah sikap responden menggunakan *skala likert*. Menurut Sugiyono (2017:93) Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena yang

terjadi, dan juga jawaban dari setiap item-item mempunyai bobot nilai seperti berikut ini : (Pemberian Skor untuk jawaban Kuesioner)

Tabel 3.1 Bobot Nilai Skala Likert

No.	Alternatif Jawaban	Kode	Nilai Skor
1	Sangat Setuju	SS	4
2	Setuju	S	3
3	Tidak Setuju	TS	2
4	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2017:94)

Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yaitu kepercayaan (X1), kualitas pelayanan (X2), kemudahan transaksi (X3), minat beli ulang (Y) Variabel yang diukur dijabarkan ke dalam beberapa indikator dan masing masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak menyusun item-item instrumen yang berupa pertanyaan ataupun pertanyaan seperti berikut ini :

Tabel 3.2 Indikator Variabel dan Sub indikator Kepercayaan konsumen.

Variabel Penelitian	Indikator	Sub indikator	No item
Kepercayaan konsumen (X1)	Keamanan	Rasa aman konsumen dari penipuan	1
	Privasi	Rasa aman konsumen dalam menyerahkan data diri	2
	Garansi	Kompensasi kerugian	3
	Layanan konsumen	Memberikan layanan bantuan melalui online atau telepon	4
	Kontrol	Pemberitahuan dari perusahaan untuk mengakses informasi pribadi	5

Variabel Penelitian	Indikator	Sub indikator	No item
	Familiar	Nama perusahaan sudah dikenal baik oleh konsumen	6
	Situs	Situs yang menarik dan fitur yang unik	7
	Informasi	Informasi detail mengenai shopee dan produnya	8
	Harga	Harga produk yang ditawarkan oleh shopee lebih rendah	9

Sumber : Gustavsson dan Johansson (2006:41-44)

Tabel 3.3 Indikator Variabel dan Sub indikator Kuallitas Pelayanan.

Variabel Penelitian	Indikator	Sub indikator	No item
Kualitas Pelayanan (X2)	Keandalan	Pelayanan yang akurat.	10
		Menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang ditentukan.	11
	Ketanggapan (<i>Responsive</i>)	Membantu para konsumen	12
		Merespon Permintaan	13
		Menginformasikan kapan jasa akan diberikan	14
		Memberikan jasa secara tepat waktu	15
	Jaminan (<i>assurance</i>)	Rasa aman	16
		Kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki karyawan	17
		Mampu menangani setiap masalah dan pertanyaan pelanggan.	18

Variabel Penelitian	Indikator	Sub indikator	No item
	Empati (<i>Empaty</i>)	Memberikan perhatian personal pada pelanggan	19
		Bertindak demi kepentingan pelanggan	20
		Memahami masalah para pelanggan	21
	Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	Daya tarik pada aplikasi Shopee	22
		Penampilan karyawan	23
		Peralatan dan perlengkapan yang lengkap	24

Sumber : Danang Sunyoto (2018)

Tabel 3.4 Indikator Variabel dan Sub indikator Kemudahan transaksi.

Variabel Penelitian	Indikator	Sub indikator	No item
Kemudahan transaksi (X3)	Mudah untuk dipelajari	Situs mudah dipahami	25
	Mudah dalam Penerapan	Situs dapat digunakan sesuai dengan keinginan pengguna	26
	Mudah dalam berinteraksi	Situs memberikan banyak pilihan untuk berinteraksi	27
	Mudah untuk dioperasikan	Mudah untuk perencanaan barang	28
		Dapat dioperasikan dimana saja	29
		Mudah dalam bertransaksi	30

Sumber : Davis dalam Prasetyo Agus Nurrahman dan Raharja (2015).

Tabel 3.5 Indikator Variabel Sub indikator Minat beli ulang

Variabel Penelitian	Indikator	Sub indikator	No item
Minat beli ulang (Y)	Minat transaksional	Kecenderungan untuk membeli.	31
	Minat referensial	Kecenderungan mereferensikan untuk membeli.	32
	Minat preferensial	Perilaku selera konsumen.	33
	Minat eksploratif	Kecenderungan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk.	34

Sumber : Agusty ferdinand (2011).

3.4. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:125) uji validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan dengan peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Instrumen penelitian yang telah dibuat disebarkan kepada konsumen shopee.co.id sebagai sample penelitian. Pengujian ini menggunakan korelasi sederhana dengan cara mengkolerasikan antara skor tiap – tiap pertanyaan dengan skor total seluruh pertanyaan. Instrument pertanyaan akan dinyatakan valid apabila mempunyai hasil r hitung yang besarnya minimal 0,30.

$$r_{hitung} = \frac{(n \cdot \sum XiYi - (\sum Xi \cdot \sum Yi))}{\sqrt{\{n(\sum X^2 - (\sum X)^2)\}\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{hitung} = koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

$\sum Xi$ = jumlah skor item

$\sum Yi$ = jumlah skor total (sebuah item)

N = Jumlah responden

Sumber : Sugiyono (2017:128)

Dalam penelitian ini uji validitas tidak dilakukan secara manual melainkan dengan menggunakan program (*Statistical Program for Social Science (SPSS)*). Dikatakan valid yaitu jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.

3.4.3 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas yaitu alat untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan bersifat konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Menurut Sugiyono (2017:131) Instrument penelitian dikatakan reliable dengan menggunakan teknik *Cronbach Alpha*, bila koefisien reliabilitas $> 0,6$.

3.5 Metoda Analisis Data

3.5.1 Metoda Pengolahan Data

Pengolahan data menggunakan komputer dengan program software (*Statistical Program for Social Science (SPSS)* versi 22.0 software SPSS digunakan bertujuan untuk mendapatkan hasil perhitungan yang akurat dan cepat dalam pengolahan data.

3.5.2 Metoda Penyajian Data

Data yang diperoleh dari populasi maupun sampel, akan disajikan dalam bentuk diagram dan tabel agar lebih sistematis dalam memahami dan menganalisis data yang disajikan.

3.5.3 Analisis Statistik Data

3.5.3.1 Analisis Koefisien Determinasi (KD)

Metoda analisis statistik data di pilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Analisis statistik data yang digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien determinasi (parsial dan berganda) serta pengujian hipotesis (parsial dan simultan).

Menurut Ghozali (2016:95) tujuan koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varians

dan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Guna mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun berganda, akan di gunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Kuadrat Koefisien Korelasi

Kriteria untuk koefisien determinasi adalah:

- a. Jika Kd mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* lemah.
- b. Jika Kd mendeteksi satu (1), maka pengaruh *variabel independen* terhadap variabel kuat.

3.5.3.2 Koefisien Determinasi Parsial

Uji ini dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel independen secara individu dan variabel dependen, dengan menganggap variabel independen konstan.

1. Koefisien Determinasi parsial antara X_1 terhadap Y (X_2 dan X_3 konstan)

$$KD_{1.23} = r_{y1.23}^2 \times 100 \% \dots\dots\dots(3.5)$$

2. Koefisien Determinasi parsial antara X_2 terhadap Y (X_1 dan X_3 konstan)

$$KD_{2.13} = r_{y2.13}^2 \times 100 \% \dots\dots\dots(3.6)$$

3. Koefisien Determinasi parsial antara X_3 terhadap Y (X_1 dan X_2 konstan)

$$KD_{2.12} = r_{y21.13}^2 \times 100 \% \dots\dots\dots(3.7)$$

4. Koefisien Determinasi Simultan

$$KD_{1.23} = r_{y1.23}^2 \times 100\% \dots\dots\dots(3.8)$$

3.5.3.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel terikat (Y) secara parsial maupun secara simultan. Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dilihat dari koefisien determinasi (KD). Nilai KD merupakan kuadrat dari nilai koefisien korelasi (r^2). Oleh karena itu, dalam pengujian hipotesis ini dilakukan dengan pengujian terhadap ρ .

Langkah-langkah pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah :

a. Pengujian Parsial (Uji t)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh penngaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual (parsial).

a. Kepercayaan Konsumen (X_1) terhadap minat beli ulang (Y)

$H_0 : \beta_1 = 0$ (tidak ada pengaruh antara kepercayaan konsumen dengan minat beli ulang konsumen pada aplikasi belanja online shopee).

$H_a : \beta_1 \neq 0$ (ada pengaruh antara kepercayaan konsumen dengan minat beli ulang konsumen pada aplikasi belanja shopee).

b. Kualitas pelayanan (X_2) terhadap minat beli ulang (Y)

$H_0 : \beta_1 = 0$ (tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan dengan minat beli ulang konsumen pada aplikasi belanja online shopee).

$H_a : \beta_1 \neq 0$ (ada pengaruh antara kualitas pelayanan dengan minat beli ulang konsumen pada aplikasi belanja shopee).

c. Kemudahan transaksi (X3) terhadap minat beli ulang (Y)

$H_o : \beta_1 = 0$ (tidak ada pengaruh antara kemudahan transaksi dengan minat beli ulang konsumen pada aplikasi belanja online shopee).

$H_a : \beta_1 \neq 0$ (ada pengaruh antara kemudahan transaksi dengan minat beli ulang konsumen pada aplikasi belanja shopee).

Kriteria pengujian hipotesis

- Untuk menentukan kesimpulan dengan menggunakan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} untuk nilai positif kriteria sebagai berikut :
 - a. H_o Diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak, artinya variabel bebas bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.
 - b. H_o Ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima, artinya variabel bebas merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.
- Untuk menentukan kesimpulan dengan menggunakan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} untuk nilai negatif kriteria sebagai berikut :
 - c. H_o Diterima jika $t_{tabel} > t_{hitung}$ maka H_a ditolak, artinya variabel bebas bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.
 - d. H_o Ditolak jika $t_{tabel} < t_{hitung}$ maka H_a diterima, artinya variabel bebas merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.

Kriteria pengujian dengan huruf nyata (α) 5% (0,05) adalah:

H_o ditolak, jika nilai Significance $t < 0,05$ dan,

H_a diterima, jika nilai Significance $t \geq 0,05$

b. Pengujian Simultan (Uji F)

Uji-F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel penjelas secara simultan (bersama-sama) antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka variabel-variabel penjelas secara keseluruhan mempengaruhi variabel tidak bebas,

Demikian penelitian ini semua uji hipotesis tidak dilakukan secara manual melainkan dengan menggunakan (*Statistical Program for Social Science* (SPSS)).

Kriteria pengujian hipotesis

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya seluruh variabel independen merupakan penjelas terhadap variabel dependent.
- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya seluruh variabel independen merupakan penjelas terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian dengan huruf nyata (α) 5% (0,05) adalah:

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

H_a diterima, jika nilai *Significance* $F > 0,05$