

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif komparatif, yaitu membandingkan antara satu obyek atau faktor dengan objek atau faktor lain (Sugiyono, 2017:21). Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat behavioral (perilaku dan persepsi) karenanya data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer mengacu informasi yang diperoleh langsung (dari tangan pertama) oleh peneliti terkait dengan variabel keterkaitan untuk tujuan tertentu dari studi (Sekaran, *et all*, 2017:130).

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:7) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Tujuan penelitian survey adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat, serta karakter-karakter yang khas dari kasus atau kejadian suatu hal yang bersifat umum.

Menurut Sugiyono (2013:11), Metode survey adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang

diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

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, sedangkan populasi sasaran adalah populasi yang menjadi sasaran akhir penerapan hasil penelitian atau disebut sebagai populasi target (Sugiyono, 2018:130).

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 pada penelitian ini adalah Pengguna Perdagangan elektronik di DKI Jakarta.

2. **Populasi Sasaran**

Pengguna internet berusia di atas 17-45 tahun, berpendidikan Minimal SLTA Maksimal S3, memiliki pekerjaan dan mempunyai penghasilan minimal 2 Juta rupiah /bulan, pernah membeli dan merasakan produk melalui perdagangan elektronik shopee minimal 1 kali.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sugiono (2018:131) menyatakan suatu pendapat bahwa sampel dalam suatu penelitian merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini *Purposive Sampling* yang dapat diartikan sebuah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2018:131).

Adapun pengambilan sampel ini dengan menggunakan non probability sampling dengan teknik purposive sampling yaitu merupakan salah satu metode penentuan sampel dengan kriteria tertentu.

Mengingat jumlah populasi yang tidak dapat diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel pengunjung situs daring dan pembeli produk melalui perdagangan elektronik digunakan rumus Rao Purba sebagai berikut :

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

keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = 1,96 score pada tingkat signifikan tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95%)

Moe = Margin of error, tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,01)^2}$$

n = 96,04 di bulatkan menjadi 97

Atas dasar perhitungan diatas, maka sampel penelitian ini adalah 97 Pengguna internet berusia diatas 17 tahun dan Orang yang pernah membeli dan merasakan produk melalui perdagangan elektronik. Analisis data yang digunakan dalam

penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, uji t, uji f dan koefisien determinasi. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

3.3 Data dan Metode Pengambilan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui survei yang diperoleh dari responden yang mencakup tanggapan responden. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian yang dijadikan suatu sumber data primer yang dimana suatu sumber memberikan data secara langsung kepada peneliti sebagai pengumpul data (Sugiyono, 2018:213). Data primer yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan tertutup atau terbuka, lalu peneliti dapat memberikan kepada responden secara langsung melalui cetakan kertas atau dikirimkan secara *online* melalui media internet. Dan dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa cara yaitu :

1. Kuesioner Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik riset lapangan (*survei*) dengan cara menyebarkan kuisisioner yang berisi lembaran pernyataan-pernyataan yang diberikan kepada konsumen yang pernah membeli dan merasakan produk melalui perdagangan elektronik.
2. Penelitian Kepustakaan Penelitian Kepustakaan ini berupa data yang diambil dari beberapa literatur seperti buku, jurnal dan internet.
3. Observasi dilakukan pada penelitian ini untuk mengetahui secara langsung prosedur yang dijalankan dan berbagai permasalahan yang sering muncul terkait dengan alur penjualan dan pemesanan barang oleh pelanggan. Hal-hal yang diamati yaitu teknologi informasi yang dipakai, alur proses bisnis yang berjalan, dan sumber daya yang sudah ada.

Pernyataan dalam kuesioner diukur menggunakan skala *likert*, skala yang

digunakan bertujuan untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang dimana selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan menggunakan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur harus dijabarkan menjadi sebuah indikator variabel yang kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item – item atau hal hal yang berkaitan dengan instrumen, sehingga dapat merubah pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi yang sangat positif hingga sampai sangat negatif yang dapat berupa kata kata (Sugiono 2018:152), berikut :

Alternatif Jawaban dengan Skala *likert*

No.	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2.	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2018)

3.4 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2018:55) menyatakan bahwa variabel penelitian pada dasarnya merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal hal yang berkaitan dengan pembahasan penelitian agar dapat ditarik suatu kesimpulannya. Untuk memperoleh data, maka instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Berikut adalah kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian ini:

1. Citra merek
2. Kepercayaan
3. Penilaian konsumen

4. Belanja cepat
5. Keputusan pembelian

Variabel	Indikator	Kode
Citra Merek,) Hoeffler dan Keller dalam Pujadi (2010)	1) Kesan Profesional	CM 1
	2) Kesan Modern	CM 2
	3) Melayani Semua Segmen	CM 3
	4) Perhatian Pada Konsumen	CM 4
Kepercayaan, Mayer et al. (2010)	1. Kesungguhan/Ketulusan(<i>Benevolence</i>)	KP 1
	2. Kemampuan (<i>Ability</i>)	KP 2
	3. Integritas (<i>Integrity</i>)	KP 3
Penilaian Konsumen, Kotler dan Keller (2009)	1. Nilai Produk (<i>product value</i>)	PK 1
	2. Nilai Pelayanan (<i>service value</i>)	PK 2
	3. Nilai Personal (<i>personal value</i>)	PK 3
Belanja Cepat, Belch & Belch, (2018)	1. <i>Discounts</i>	BC 1
	2. <i>Frequency</i>	BC 2
	3. <i>Duration</i>	BC 3
	4. <i>Availability</i>	BC 4
	5. <i>Promotion</i>	BC 5

Sumber : Hoeffler dan Keller dalam Pujadi (2010), Mayer et al. (2010), Kotler dan Keller (2009), Belch & Belch, 2018

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan analisis statistik yang memberikan gambaran secara umum tentang suatu karakteristik dari masing – masing variabel penelitian yang dapat dilihat dari nilai rata – rata (mean), minimum (min), dan maksimum (max). Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendiskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul

bertujuan tidak untuk membuat suatu kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2018:147). Analisis ini digunakan untuk menggambarkan demografi responden guna untuk mengetahui jumlah responden yang akan dibagikan sesuai dengan karakteristik yang telah ditentukan, yaitu :

1. Nama
2. Usia
3. Status pekerjaan
4. Jenis kelamin
5. Pendapatan

Berdasarkan karakteristik koresponden yang telah ditentukan, selanjutnya deskripsi responden tersebut akan ditampilkan dalam bentuk diagram dan tabel beserta dengan uraian serta penjelasan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Dimana menggunakan wawancara dan observasi partisipatoris sebagai instrumen pengumpulan datanya. Adapun analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis tematik. Uji kelayakan dengan cara menjabarkan keseluruhan material atau data yang sudah berupa teks di manage berdasarkan tema tertentu yang relevan dengan fokus penelitian. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif, uji kelayakan model dan uji analisis regresi logistik dengan menggunakan program statistik SPSS.

3.5.2 Analisis Statistik Data

Metode analisis statistik dapat dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian, metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien regresi linier berganda (menunjukkan suatu pengaruh yang signifikan dari variabel independen yang diteliti lebih dari satu) dan koefisien determinasi (menunjukkan kecocokan variabel bebas yang ada dalam sebuah model persamaan regresi linier berganda) serta pengujian hipotesis (menunjukkan jawaban sementara yang masih

bersifat praduga untuk membuktikan kebenarannya secara parsial dan simultan).

3.5.2.1 Uji Validasi

Menurut Sugiyono 2018:267, menyatakan, uji validitas merupakan persamaan data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang telah diperoleh langsung yang terjadi pada suatu subjek penelitian. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner, yang dimana setiap pertanyaan dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu hal yang akan diukur oleh kuesioner. Uji validitas dalam menentukan signifikan atau tidak signifikannya suatu pertanyaan dengan membandingkan nilai r hitung $>$ (lebih besar) dari nilai r tabel (*degree of freedom*) pada sisi pengujian dengan taraf signifikan α 0,05 maka instrument pertanyaan dianggap tidak valid dan jika nilai r hitung $<$ (lebih kecil) dari nilai r tabel (*degree of freedom*) maka instrument pertanyaan dianggap valid.

3.5.2.2. Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono 2018:268, menyatakan, uji reliabilitas merupakan pengukur untuk menunjukkan konsistensi dan stabilitas suatu data yang didapatkan. Data yang tidak reliabel (tidak dapat dipercaya), tidak dapat di proses lebih lanjut karena akan menghasilkan suatu kesimpulan yang bias (menimbulkan kesalahan). Data yang telah dikumpulkan dapat dikatakan reliabel akan menunjukkan hasil – hasil yang konsisten dari waktu ke waktu.

Uji reliabilitas dilakukan setelah melakukan uji validitas dimana pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner dikatakan sudah valid, serta melakukan pengukuran hasil data yang didapatkan menggunakan bantuan aplikasi komputer *statistical program for society science* (SPSS). Pengukuran data menggunakan aplikasi SPSS

melalui fasilitas *Cronbach Alpha* (α) bertujuan untuk menunjukkan suatu variabel yang dapat dikatakan reliabel, jika nilai *Cronbach Alpha* (α) > (lebih besar) dari 0,60. Adapun kriteria dari pengujian reliabilitas, yaitu:

1. Jika nilai *Cronbach Alpha* (α) > (lebih besar) dari 0,60 maka instrument memiliki reliabilitas yang baik, dengan kata lain instrument dapat dikatakan reliabel atau terpercaya.
2. Jika nilai *Cronbach Alpha* (α) < (lebih kecil) dari 0,60 maka instrument dapat dikatakan tidak reliabel atau tidak dapat dipercaya.

3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda dan Determinasi

3.5.3.1 Koefisien Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2013:210) menyatakan bahwa, regresi linier berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksi berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah. Jumlah variabel independen yang diteliti lebih dari satu, sehingga dapat dikatakan regresi linier berganda. Model regresi berganda dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel yang diteliti, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel X_1 (Citra Merek), X_2 (Kepercayaan), X_3 (Penilaian Konsumen), X_4 (Belanja Cepat) dan Y (Keputusan Pembelian). Rumus yang digunakan yaitu:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4$$

Keterangan :

- Y = variabel terikat
 a = konstanta
 β = koefisien regresi
 X_1 = citra merek
 X_2 = kepercayaan
 X_3 = penilaian konsumen
 X_4 = belanja cepat

3.5.3.2 Koefisien Determinasi

Menurut Supardi (2017) menyatakan koefisien determinasi adalah tingkat variable X terhadap variable Y yang dinyatakan dalam persentase (%). Persentase diperoleh dengan melakukan pengkuadratan koefisien korelasi dikalikan 100%. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan kemampuan variabel – variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang sangat terbatas, nilai yang mendekati 1 (satu) menunjukkan variabel – variabel independent memberikan hamper semua informasi yang dibutuhkan peneliti untuk memprediksi variasi – variasi dependen. Koefisien determinasi (R^2) dihitung dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

KD : Koefisien determinasi

r^2 : koefisien korelasi berganda

3.5.4. Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017:159), Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Kebenaran dari hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul. Uji hipotesis dimaksudkan untuk mengetahui adakah Pengaruh citra merek, kepercayaan, penilaian konsumen dan belanja cepat terhadap keputusan pembelian terhadap perdagangan elektronik shopee.

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian Pengaruh citra merek, kepercayaan, penilaian konsumen dan belanja cepat terhadap keputusan pembelian terhadap perdagangan elektronik shopee digunakan alat uji statistik Independent Sample t Test dengan menggunakan bantuan *Statistical Packages for Social Science* (SPSS).

1. Uji Parsial

Pengujian hipotesis ini dimaksudkan untuk mengetahui beda rata-rata persepsi tentang pengambilan keputusan pembelian. Kriteria pengambilan keputusan pada Independent Sample t Test adalah :

- a. Jika probabilitas lebih besar dari 0,05 maka H_0 ditolak, artinya tidak ada perbedaan signifikan antara kelompok sampel.
- b. Jika probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka H_0 diterima, artinya terdapat perbedaan signifikan antara kelompok sampel.

2. Uji Simultan

Uji simultan (F tes) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersamaan atau simultan mempengaruhi variabel dependen, terdapat langkah – langkah untuk melakukan uji simultan, yaitu:

a. Menentukan Hipotesis

- $H_0 : R^2 \text{ adj.} = 0$, Citra merek, kepercayaan, penilaian konsumen, dan belanja cepat secara bersama sama tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di perdagangan elektronik shopee
- $H_0 : R^2 \text{ adj.} \neq 0$, Citra merek, kepercayaan, penilaian konsumen, dan belanja cepat secara bersama sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian di perdagangan elektronik shopee

b. Kriteria uji F yang digunakan sebagai

- H_0 ditolak : $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$
- H_0 diterima : $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$
atau
- H_0 ditolak : $\text{sig} < \alpha$
- H_a diterima : $\text{sig} > \alpha$
-