

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian survei, Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu strategi Asosiatif untuk mengetahui hubungan antar variabel atau lebih, penelitian dilakukan dengan cara mengumpulkan data dan informasi untuk memperoleh keterangan dan mengetahui jawaban responden terkait hubungan antara variabel independen/bebas (X) terhadap variabel dependen/terikat (Y) pada situs jual beli *online* TOKOPEDIA dengan menggunakan media kuisisioner. Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah minat beli *Online* sedangkan variabel independennya Persepsi harga, Kepercayaan Konsumen dan Kualitas *Web*.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Menurut Arikunto (2013: 173) populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Jadi yang dimaksud populasi umum adalah individu yang memiliki sifat yang sama walaupun prosentase kesamaan itu sedikit, atau dengan kata lain seluruh individu yang akan dijadikan sebagai obyek penelitian. Dalam penelitian ini, populasi sasaran yaitu masyarakat usia minimal 17 tahun yang menggunakan pernah menggunakan aplikasi Tokopedia untuk berbelanja.

3.2.2 Sampel Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk menjadi sampel yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara *online* maupun *offline*.

Jenis *Non Probability Sampling* yang digunakan adalah *Sampling Purposive* yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan penilaian pribadi terhadap responden yang paling memungkinkan untuk menjawab pertanyaan penelitian kita sesuai dengan tujuan penelitian

Sampel yang digunakan harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Pengguna *internet* dengan usia minimal 17 tahun,
2. Pernah berbelanja *online* di tokopedia.com atau minimal satu kali,
3. Memiliki perangkat dengan jaringan *internet* untuk mengakses situs (komputer, *laptop*, *gadget/smartphone*), dan
4. Memiliki rekening bank untuk melakukan pembayaran.

Untuk menentukan jumlah sampel yang diperlukan, maka penelitian ini menggunakan rumus yang dikembangkan oleh Rao Purba (dalam Prasetyani, 2012).

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

$$n = \frac{(1,96)^2}{4 (0,1)^2} = \frac{3,8416}{0,04} = 96,04$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel

Z : Tingkat keyakinan dalam penentuan sampel

Z penelitian ini ditentukan sebesar 95% = 1,96 dengan $\alpha = 5\%$

moe : *margin of error* atau tingkat kesalahan, dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10%

Atas dasar perhitungan diatas, maka sampel yang diambil untuk penelitian ini berjumlah 96 responden. Agar penelitian ini menjadi fit, maka sampel diambil menjadi 100 responden dengan ketentuan jumlah sampel tidak kurang dari minimal sampel yang telah ditentukan.

3.3 Data dan Metoda Pengumpulan Data

1. Studi Lapangan

Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan data secara langsung dari perusahaan yang menjadi objek penelitian, melalui cara-cara sebagai berikut:

a. Kuisisioner

Kuesioner, menurut Sugiyono (2012:192) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Kuesioner yang dimaksud di sini adalah teknik pengumpulan data dimana peneliti memberikan pertanyaan kepada masyarakat yang pernah berbelanja online di tokopedia.com

Menurut Sugiyono (2016:93) “skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah di tetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya di sebut sebagai variabel penelitian.

b. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan Melalui tatap muka langsung dengan narasumber dengan cara tanya jawab Langsung.

2. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah awal dari pengumpulan data, Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik itu dokumen tertulis, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan.

Tabel 3.1
Tabel Skala Likert

Skala	Bobot
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2016:93)

3.3.1 Jenis Pengumpulan Data

3.3.1.1 Data Primer

Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau pertama, yang dikumpulkan peneliti untuk menjawab masalah yang ditemukan dalam penelitian yang didapat secara langsung dari narasumber baik wawancara maupun melalui angket (Sunyoto, 2014:28).

Jenis data yang di peroleh dari obyek yang kita teliti secara langsung. alam penelitian ini, data primer di dapatkan melalui penyebaran kuesioner dengan skala likert kepada 100 responden

3.3.1.2 Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2017:137) menjelaskan data sekunder adalah sebagai berikut: "Sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku-buku, literatur dan bacaan yang berkaitan dan menunjang penelitian ini". Dalam penelitian ini data sekunder berasal dari jurnal, artikel, skripsi, tesis, buku-buku yang relevan dan sumber lainnya yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.2
Tabel Instrumen

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Persepsi Harga (X ₁)	Keterjangkauan harga	1. Harga sesuai dengan kemampuan beli konsumen	1
	Kesesuaian harga	2. Harga sesuai dengan kualitas produk	2
	Daya Saing harga	3. Harga dapat bersaing dengan Onlineshop lain.	3
	Kesesuaian harga dengan manfaat	4. Harga sesuai dengan manfaat yang di peroleh.	4

Sumber : Kotler dan Amstrong (2012:314)

Kepercayaan konsumen (X ₂)	Integritas (Integrity)	1. Ketepatan terhadap janji, pelayanan ramah dan komunikasi yang baik.	5
	Kebaikan (Benevolence)	2. Komitmen terhadap konsumen	6
	Kompetensi (Competence)	3. Cepat dalam mengatasi masalah	7

Sumber : Yee dan faziharudean,(2010)

Kualitas Web (X ₃)	Informasi	1. Kemudahan dalam mencari informasi baik produk maupun pelapak / penjual	8
	Keamanan	2. Merasa aman saat melakukan transaksi	9
	Kemudahan	3. Web / aplikasi mudah digunakan	10
	Kenyamanan	4. Desain web tokopedia menarik.	11
	Kualitas Pelayanan	5. Kelengkapan barang yang dicari, sikap kooperatif penjual	12

Sumber : Kim & Lennon, 2013

Minat Beli <i>Online</i> (Y)	Minat Transaksional	1. Keinginan konsumen untuk bertransaksi kembali	13
	Minat Referensial	2. Keinginan konsumen untuk mereferensikan kepada konsumen lain	14
	Minat Preferensial	3. Keinginan konsumen untuk tetap menggunakan Tokopedia.com	15
	Minat Eksploratif	4. Kesiediaan konsumen untuk setia dan	16

		mencari info lebih dalam lagi tentang produk – produk belanja online Tokopedia yang diminatinya	
--	--	---	--

Sumber :Ferdinand (2009:129) dalam Hariani (2013:54)

3.5 Metoda Analisis Data

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data dalam mengukur itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2010:455).

Sebuah kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan yang ada pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, Jadi validitas dalam penelitian ini, ingin mengukur apakah pertanyaan yang ada dalam kuesioner sudah dapat mengukur apa yang ingin diteliti oleh peneliti. Adapun kriteria penilaian uji validitas adalah apabila r hitung $>$ r kritis (0,3), maka dapat dikatakan item pada kuesioner tersebut valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2016:47) Uji reliabilitas adalah alat uji untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban dari seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini cara yang digunakan penulis untuk menguji reliabilitas kuesioner adalah dengan menggunakan uji statistik *keofisien Cronbach Alpha*.

Menurut Nunnally dalam Ghazali (2016:48) suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *keofisien Cronbach Alpha* $>$ 0,6.

3.6 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependen* (Ghozali, 2016:95). Dimana nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel *independen* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel *dependen* (Ghozali, 2016:95).

Karena banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *adjusted* R^2 pada saat mengevaluasi model regresi yang terbaik karena *adjusted* R^2 dapat naik turun apabila satu variabel *independen* ditambahkan ke dalam satu model (Ghozali, 2016:95). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan nilai *adjusted* R^2 agar tidak terjadi bias dalam mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi *variable dependen*.

Adapun rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd : Koefisien determinasi atau seberapa jauh perubahan variabel terkait (Minat Pemanfaatan Sistem Informasi)

R : Korelasi *product moment*

3.6.1 Koefisien Determinasi Parsial

Merupakan metode yang digunakan mengetahui besarnya prosentase variabel bebas terhadap variabel terikat yang dinyatakan oleh koefisien determinasi parsial (r^2) yang berarti variabel mana hitungan yang berpengaruh dominan (Djarwanto, 2017:202) semakin r^2 berarti semakin tepat persamaan perkiraan regresi linear tersebut dipakai sebagai alat prediksi, karena variasi perubahan variabel terikat dapat dijelaskan oleh perubahan variabel bebas. Apabila nilai r^2 semakin dekat dengan satu, maka perhitungan yang dilakukan sudah dianggap cukup kuat dalam menjelaskan variabel bebas dengan

variabel terikat. Perhitungan koefisien determinasi parsial (r^2) dengan menggunakan program SPSS versi 24

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

$$KD_{1.23} = r_{Y1.23}^2 \times 100\%$$
2. Determinasi parsial X_2 terhadap Y (X_1 dan X_3 konstan)

$$KD_{2.13} = r_{Y2.13}^2 \times 100\%$$
3. Determinasi parsial X_3 terhadap Y (X_1 dan X_2 konstan)

$$KD_{3.12} = r_{Y3.12}^2 \times 100\%$$

3.6.2 Koefisien Determinasi Berganda

Pengujian secara simultan (berganda) dimaksudkan untuk melihat pengaruh Persepsi Harga (X_1), Kepercayaan konsumen (X_2) dan Kualitas *web* (X_3) terhadap Minat Beli Online (Y).

$$KD_{1.2.3} = r_{Y123}^2 \times 100\%$$

Keterangan :

X_1 = Persepsi Harga

X_2 = Kepercayaan Konsumen

X_3 = Kualitas *Web*

Y = Minat Beli *online*

3.7 Pengujian Hipotesis

3.7.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji Parsial (Uji t) bertujuan untuk mengetahui pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel terikat.

Uji statistik t pada dasarnya membuktikan ada tidaknya pengaruh satu variabel bebas (*independen*) secara individual dalam menerangkan variabel terikat (*dependen*). Dasar pengambilan keputusan yang digunakan adalah, yaitu dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel. Adapun kriteria pengujian sebagai berikut Jika t hitung > t tabel, berarti ada pengaruh yang signifikan antara masing – masing variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2016:97).

Kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian ini menurut Ghozali (2016: 99) adalah :

- a. Jika $p \text{ value} < 0,05$ maka H_a diterima H_0 ditolak .
- b. Jika $p \text{ value} \geq 0,05$ maka H_a ditolak H_0 diterima.

3.7.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat.

Dasar pengambilan keputusan yang digunakan adalah, yaitu dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel. Adapun kriteria pengujian sebagai berikut Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, berarti ada pengaruh yang signifikan antara masing – masing variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2016:97).

Berdasarkan nilai signifikansi hasil output SPSS :

- a. Jika dari hasil penghitungan nilai signifikan kurang dari 0,05 maka variabel bebas (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).
- b. Jika dari hasil penghitungan nilai signifikan lebih dari 0,05 maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).