BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan penelitian ini adalah penelitian korelasional /asosiatif dengan menggunakan metode kuesioner. Menurut, Suryani dan Hendryadi (2015:119) penelitian korelasional adalah penilitian yang dilakukan untuk mencari hubungan atau pengaruh satu atau lebih variable independen dengan satu atau lebih variable dependen. Untuk memperoleh informasi dan data peneliti harus berkomunikasi atau menanyakan pendapat responden atas pertanyaan/pernyataan yang tercantum dalam kuesioner.

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut, Suryani dan Hendryadi (2015:109) penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk numeric/angka. Penelitian ini menggunakan hubungan causal. Menurut, Suryani dan Hendryadi (2015:120) hubungan causal, yang merupakan hubungan sebab akibat. Dalam penelitian ini strategi asosiatif dengan hubungan causal digunakan untuk menganalisis Pengaruh Kemudahan Transaksi dan Kualitas Web Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen.

3.2 Populasi Dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut, Sugiyono (2018:136) populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berlandaskan pengertian tersebut, maka yang menjadi populasi umum dalam penelitian ini adalah semua pengguna web tokopedia. Menurut, Suryani dan Hendryadi (2015:191) Populasi sasaran (target) merupakan populasi yang memiliki karakteristik khusus sesuai dengan tujuan dari penelitian

itu sendiri. Maka, populasi sasaran dalam penelitian ini adalah semua pengguna web tokopedia yang berada di Jakarta Timur.

Adapun populasi yang akan diteliti yaitu seluruh konsumen di Jakarta timur yang pernah melakukan pembelian secara online melalui web tokopedia. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui dengan pasti jumlahnya.

3.2.2 Sampel

Menurut, Suryani dan Hendryadi (2015:192) sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diambil untuk diteliti dan hasil penelitiannya digunakan sebagai respresentasi dari populasi secara keseluruhan. Sampel yang diambil dianggap mewakili keberadaan populasi. Penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling. Random sampling* adalah bentuk paling sederhana probability sampling, berhubung setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih (Suryani dan Hendryadi, 2015:197).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sebanyak 100 orang, berdasakan pendapat pakarnya bahwa menurut, Ghozali (2014:30) yang menyampaikan bahwa PLS menguji ukuran sampel untuk mengkonfirmasi teori, tapi juga digunakan untuk menggambarkan apakah ada hubungan antar variabel potensial dan memiliki efek yang lebih besar, setidaknya menggunakan jumlah sampel sekitar 30 sampai 100 sampel. Dalam penelitian ini saya menggunakan 100 sampel karena diasumsikan akan memperoleh hasil yang terbaik dengan penyimpangan atau error yang minimal.

Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah responden yang pernah melakukan pembelian melalui web tokopedia. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden di wilayah Jakarta Timur.

Pengumpulan data sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner online melalui google form. Kuesiner disebar dengan mengirimkan link ke beberapa grup whatsapp, story whatsapp, dan story instagram agar cepat dan efisien.

3.3 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi survei adalah tempat dilakukan kegiatan penelitian untuk memperoleh data dari responden. Lokasi penelitian dilakukan di wilayah Jakarta Timur. Penelitian ini dilakukan mulai dari February hingga bulan Juli 2022.

3.4 Data Dan Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder sebagai berikut:

1) Data Primer

Menurut, Suryani dan Hendryadi (2015:171) Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Data primer diperoleh dari menyebar kuesioner ke pengguna web Tokopedia di Jakarta Timur yang bersedia menjadi responden dengan mengisi kuesioner.

2) Data Sekunder

Menurut, Suryani dan Hendryadi (2015:171) Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi,sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. 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.

3.4.2 Metode Pengumpulan Data

1) Metode Kuesioner

Menurut, Suryani Dan Hendryadi (2015:173) angket/kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya. Pengambilan data digunakan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden secara online dengan

menggunakan google form agar memungkinkan responden mengisi kuesioner dengan cepat dan efisien.

2) Metode Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden (wawancara dan angket), namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi, kondisi).

3) Kajian Literature

Kajian literatur merupakan langkah pertama dalam menyusunan sebuah rencana penelitian. Kajian literatur adalah satu penelusuran dan penelitian kepustakaan dengan membaca berbagai buku, jurnal, dan terbitan-terbitan lain yang berkaitan dengan topik penelitian, untuk menghasilkan satu tulisan berkenaan dengan satu topik atau isu tertentu.

3.5 Definisi Operasional Variable Dan Skala Pengukuran

3.5.1 Operasional Variabel

Menurut, Suryani dan Hendryadi (2015:125) definisi operasional merupakan proses pemindahan dari definisi konseptual suatu konstruk kepada aktivitas atau pengukuran tertentu yang memungkinkan peneliti mengamatinya secara empiris.

Menurut, Suryani dan Hendryadi (2015:153) operasional variabel adalah proses memberikan definisi operasional pada sebuah konsep untuk membuatnya bisa diukur, dilakukan dengan melihat pada dimensi perilaku atau sifat yang ditunjukkan oleh konsep.

Menurut, Suryani dan Hendryadi (2015:90) variabel adalah suatu konsep atau konstruk yang akan dipelajari dan diambil kesimpulannya dari kegiatan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga macam variabel, yaitu:

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel bebas adalah variabel stimulus atau variabel yang memengaruhi variabel lain, biasanya dinotasikan dengan simbol X. Dalam penelitian ini variabel independen nya yaitu, Kemudahan Transaksi dan Kualitas Web.

2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel terikat adalah variabel yang memberikan reaksi atau respons jika dihubungkan dengan variabel bebas, biasa dinotasikan dengan Y. Dalam penelitian ini variabel dependen nya yaitu, Keputusan Pembalian.

3. Variabel Intervening

Variabel intervening atau sering juga disebut sebagai variabel proses adalah variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung. Varibel ini merupakan variabel penyela/antara variabel independen dengan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel intervening nya yaitu, Kepercayaan Konsumen.

Tabel 3.1 Operasional Variabel Dalam Penelitian Ini

Variablel	Indikator	Sub Indikator	No. Kuesioner
Kemudahan Transaksi Sumber: Davis Prasetyo dan Rahardja dalam Isnawati (2020:6)	Teknologi informasi sangat mudah dipelajari (easy to use).	1. Web mudah dipahami	1
	Teknologi informasi mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna (easy to get the system to do what user want to do).	2. Web dapat digunakan sesuai dengan keinginan pengguna	2
	Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan teknologi informasi (doesn’t require a lot of mental effort).	3. Web memberikan banyak pilihan berinteraksi	3
	Teknologi informasi	4. Mudah untuk perencanaan barang	4

Variablel	Indikator	Sub Indikator	No. Kuesioner
	sangat jelas dan mudah untuk dioperasikan (clear and understandable).	5. Mudah untuk dioperasikan	5
		6. Mudah dalam bertransaksi	6
Kualitas Web Sumber: Niehm (2013:23)	Informasi	1. Kemudahan dalam mencari informasi baik produk maupun toko	7
	Keamanan	2. Merasa aman saat melakukan transaksi	8
	Kemudahan	3. Web / aplikasi mudah digunakan	9
	Kenyamanan	4. Desain web tokopedia menarik.	10
	Kualitas Pelayanan	5. Kelengkapan barang yang dicari	11
		6. Pelayanan ramah	12
Kepercayaan Konsumen Sumber: Kotler dan Keller (2016:225)	Benevolence (Kesungguhan)	1. Komitmen terhadap konsumen	13
		2. Percaya bahwa tokopedia.com merahasiakan data pribadi setiap pengguna	14
	Ability (Kemampuan)	3. Memberikan jaminan kepada konsumen	15
	Intergrity (Intergritas)	4. Ketepatan terhadap janji	16
		5. Mengutamakan perhatian pelanggan	17
	Willingness to depend	4. Cepat dalam mengatasi masalah	18
Keputusan Pembelian Sumber: Kotler dan Keller (2016:194)	Pilihan Produk	1. Produk yang saya beli sesuai dengan kebutuhan	19
	Pilihan Merek	2. Kualitas merk yang dijual sangat berkualitas	20
	Pilihan Penyalur	3. Memberikan	21

Variablel	Indikator	Sub Indikator	No. Kuesioner
		kenyamanan	
	Waktu Pembelian	4. Kesesuaian yang dibutuhkan	22
	Jumlah Pembelian	5. Keputusan jumlah membeli	23
	Metode Pembayaran	6. Keputusan metode pembayaran	24

3.5.2 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Menurut, Siregar (2018:157) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi seseorang tentang suatu fenomena atau kejadian atau pernyataan yang diberikan dalam kuesioner. Skala likert memiliki lima jenis pilihan diantaranya sangat setuju hingga sangat tidak setuju, berikut kategori skala likert:

Tabel 3.2 Skala Pengukuran Dengan Skala Likert

No	Pernyataan	Kode	Penilaian
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Kurang Setuju	KS	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Siregar (2016:138)

3.6 Metode Analisis Data

Setelah semua data kuesioner terkumpul, semua data tersebut kemudian diubah menjadi data kuantitatif, dengan memberikan skor berlandaskan skala likert. Di dalam penelitian ini pengolahan serta penyajian data disajikan dalam bentuk diagram dan menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dengan *Structural Equation Modeling* (*SEM-PLS*) menggunakan *SmartPLS*.

Penulis memilih menggunakan software *SmartPLS* guna mempermudah dalam melakukan pengolahan data, sehingga hasilnya lebih cepat dan tepat. Dimana metode yang digunakan adalah *editing* dan

coding. *Editing* merupakan tahapan pertama dalam pengolahan data yang diperoleh penulis dari lapangan dengan melakukan pengecekan terhadap kemungkinan kesalahan jawaban responden serta ketidakpastian jawaban responden. *Coding* adalah memberikan tanda atau kode tertentu terhadap alternatif jawaban sejenis atau menggolongkan sehingga dapat memudahkan penulis mengenai tubulasi.

Dalam penelitian ini data yang telah dikumpulkan akan disajikan dalam bentuk tabel agar mempermudah dalam menganalisis dan memahami data sehingga data yang disajikan lebih sistematis dengan dilakukan tabulasi. Tabulasi adalah perhitungan data yang telah dikumpulkan dalam masing-masing kategori sampai tersusun dalam tabel yang mudah dimengerti. Data yang diperoleh setelah diolah dan disortir akan digunakan untuk menganalisis stastitik data sesuai dengan tujuan penelitian. Analisis data yang digunakan adalah analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis.

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis data adalah kegiatan setelah data diperoleh dari seluruh responden atau sumber data terkumpul. Kegiatan analisis data ialah pengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, penyajian data dari setiap variabel yang diteliti, melakukan kegiatan penghitungan untuk menjawab rumussan masalah dan melakukan penghitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2017:232).

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adlaah analisis jalur (*Path Analysis*). Analisis utama yang dilakukan adalah untuk menguji konstruk jalur apakah teruji secara empiris atau tidak. Selanjutnya analisis dilakukan untuk mencari pengaruh langsung dan tidak langsung dengan korelasi dan regresi sehingga dapat diketahui untuk mencapai pada variabel dependen akhir, harus lewat jalur langsung atau melalui variabel intervening.

Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dilakukan untuk menjelaskan secara menyeluruh hubungan antar variabel yang ada dalam penelitian ini, SEM digunakan untuk memeriksa dan membenarkan suatu model bukan untuk merancang suatu teori. Menurut (Latumeten et al., 2018) *Structural Equation Model* adlaah suatu teknik pemodelan statistik yang bersifat sangat *cross-sectinal*, linier, dan kompleks. SEM merupakan gabungan dari dua teknik multivariat yaitu analisis faktor konfirmatori dan analisis jalur. (Putlely et al., 2021) juga menjelaskan SEM merupakan salah satu teknik analisis statistik yang digunakan untuk mendirikan dan menguji model statistik dalam bentuk model sebab akibat. Analsisi SEM menggabungkan analisis regresi, faktor, dan jalur sehingga secara simultan menghitung hubungan yang terjadi antara variabel laten, mengukur nilai *loading* dari indikator-indikator variabel laten, dan menghiutng model jalur dari variabel-variabel tersebut.

1. Model Pengukuran atau *Outer Model*

Menurut, Susanty (2020) metode pengukuran atau *outer model* merupakan model yang mendeskripsikan hubungan antar variabel laten (konstruk) dengan indikatornya. (Natalia et al., 2017) *Outer Model* mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Model ini juga mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator reflektig berhubungan dengan variabel latennya. Pengujian dalam *Outer Model* yaitu :

A. *Uji Validitas*

Uji validitas merupakan kriteria utama dalam suatu penelitian, uji validitas menunjukan apakah hasil penelitian dapat diterima dengan kriteria-kriteria tertentu. Validitas secara statistik dapat dibedakan menjadi 2 yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan. Validitas konvergen mempunyai prinsip bahwa suatu variabel seharusnya berkorelasi tinggi dengan dirinya sendiri, kriteria yang harus dipenuhi adalah nilai AVE dan

Cumminality diatas 0,5 dan memenuhi uji reabilitas diatas 0,6 menurut Abdillah dalam (Sitio, 2021)

B. *Validitas Diskriminan*

Pengujian validitas diskriminan berhubungan dengan pengukuran variabel yang berbeda dengan seharusnya tidak berkorelasi tinggi. Uji validitas diskriminan dinilai berdasarkan cross loading pengukuran dengan konstruknya. (Sitio, 2021)

C. *Average Variance Extracted* (AVE)

Nilai pengukuruan *Average Variance Extrcted* (AVE) harus lebih besar dari 0.5 atau memiliki model diskriminan yang cukup apabila kontruk *Average Variance Extracted* lebih besar daripada korelasi dengan dengan seluruh konstruk lainnya. (Ghozali dan Latan dalam Ermawati, 2018)

D. *Uji Reabilitas*

Uji Reabilitas menunjukkan akurasi, konsistensi, dan ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran. *Rule of thumb* nilai *alpha* atau *composite reliability* harus lebih besar dari 0,7 meskipun nilai 0,6 masih diterima menurut Abdillah dalam (Nadiah et al., 2017).

2.* Model Struktural atau *Inner Model

Model struktural merupakan gambaran dari hubungan antar variabel laten berdasarkan pada *substantive theory.* Rumusan masalah atau hipotesis penelitian menjadi dasar perancangan model struktural hubungan antar variabel. *Inner model* ini diuji dengan menggunakan *Path Coefficient* (koefisien jalur) dan R *square* (R^2).

a. Koefisien jalur atau *Path Coefficient*

Koefisien yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar nilai pada masing-masing koefisien jalur, hasil korelasi antar konstruk diukur dengan cara melihat *path coefficient* dimana tingkat signifikasi dan kekuatan hubungan tersebut dan juga untuk menguji hipotesis. Nilai *path coefficient* berkisar antara -1 hingga +1. Semakin mendekati hasil nilai -1 mengindikasikan bahwa hubungan tersebut bersifat negatif (Hair, 2017).

b. Model Fit

Model fit, diukur menggunakan *R-Square* variable laten dependen dengan interprestasi yang sama dengan regresi: *Q-Square predictive relevance.*

c. *R Square (R^2)*

R Square dapat dilihat pada konstruk endogen, nilai *R Square* merupakan koefisien determinasi pada konstruk endogen. Nilai *R Square* 0,67 berarti kuat, nilai *R Square* 0,33 berarti Moderat, dan nilai *R Square* 0,19 berarti lemah. (Chin dalam Ghozali, 2016)

d. Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan berbagai evaluasi, baik *outer model* ataupun *inner model* maka selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui arah hubungan serta pengaruh antara variabel endogen dan variabel eksogen. Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan melihat dari nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Untuk nilai t-tstatistik, nilai t-Tabel untuk alpha 5% adalah 1,96. Nilai probabilitas, nilai *p-value* dengan alpha 5% adalah <0,05. (Bahren, Ramdhani,Suroso:2018)

Suatu hipotesis dapat diteima atau harus ditolak secara statistik dapat dihitung melalui tingkat signifikasinya. Tingkat signifikasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebesar 5%, apabila tingkat signifikasi yang digunakan sebesar 5% maka tingkat signifikasi atau tingkaat kepercayaan 0,05 untuk menolak suatu hipotesis. Di dalam penelitian inni ada kemungkinan mengambil keputusan yang salah sebesar 5% dan kemungkinan mengambil keputusan yang benar sebesar 95%.

Dengan didasarkan pada hasil-hasil terdahulu dan rasionalisasi dari hubungan antar variabel dalam penelitian ini, maka hipotesis yang diajukan pada penelitian adalah sebagai berikut :

H1: Terdapat pengaruh langsung kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian

H2: Terdapat pengaruh langsung kualitas web terhadap keputusan pembelian

H3: Terdapat pengaruh langsung kemudahan transaksi terhadap kepercayaan konsumen

H4: Terdapat pengaruh langsung kualitas web terhadap kepercayaan konsumen

H5: Terdapat pengaruh langsung kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian

H6: Terdapat pengaruh tidak langsung kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen.

H7: Terdapat pengaruh tidak langsung kualitas web terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen.