

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1. Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan strategi penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh satu atau lebih variabel bebas dengan satu atau lebih variabel terikat. (Sugiyono, 2015:292).

Metode yang digunakan untuk menentukan strategi dalam penelitian ini yaitu metode survei yang bersifat asosiatif, dengan cara melakukan pengumpulan data dan menganalisis data dengan mencari pendapat dari subjek yang diteliti dengan menggunakan kuesioner untuk mengetahui pengaruh antara variabel yang diteliti. Unit analisis yang dipakai untuk masing-masing identifikasi masalah adalah analisis individu yaitu konsumen *E-commerce Shopee* RW 06, Kebantenan III, Cilincing, Jakarta Utara. Penelitian *cross-sectional* merupakan penelitian dimana data dikumpulkan hanya sekali, mungkin selama beberapa hari atau minggu atau bulan, untuk dapat menjawab pertanyaan dari penelitian (Sekaran, 2016:106).

1.2. Populasi dan Sampel

1.2.1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:61) Populasi merupakan suatu wilayah yang terdiri dari objek/subjek dengan kualitas tertentu dan karakteristik yang diidentifikasi oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan. Maka dari itu dapat ditentukan populasi umum dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat RW 06, Kebantenan III, Cilincing, Jakarta Utara. Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat RW 06, Kebantenan III, Cilincing, Jakarta Utara yang menggunakan aplikasi belanja online atau *E-commerce Shopee*.

1.2.2. Sampling dan Sampel

Penelitian Menurut Sugiyono (2015:62) sampel merupakan bagian berdasarkan jumlah dan ciri yang dimiliki oleh populasi. Teknik pengambilan sampel yang dipakai pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan teknik *random sampling*. Pengertian *purposive sampling* merupakan teknik untuk menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk bisa menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Pengambilan sampel ditentukan dengan menggunakan secara *simple random sampling* dengan responden yang dipilih yaitu konsumen di RW 06, Kebantenan III, Cilincing, Jakarta Utara. yang pernah melakukan pembelian di aplikasi *Shopee*.

Mahmud (2011:159) menyatakan bahwa untuk penelitian yang menggunakan analisis data statistik, ukuran sampel paling minimum adalah 30. Senada dengan pendapat tersebut, Sugiono (2014:133) menyarankan tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel $10 \times 5 = 50$.
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s/d 20.

Berdasarkan saran Sugiyono diatas, dalam penelitian ini jumlah sampel yang akan digunakan yakni 22 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Sedangkan jumlah variabel dalam penelitian ini ada 4 variabel, maka sampel yang akan digunakan adalah $4 \times 22 = 88$. Pembulatan angka pada jumlah sampel membutuhkan suatu pedoman tertentu yakni apabila angka yang terdapat di belakang merupakan angka 5 atau lebih bersifat genap, maka angka 5 atau lebih

tersebut harus dilakukan pembulatan keatas, sedangkan bila angka yang terdapat di belakang angka 5 atau lebih bersifat ganjil, maka dilakukan pembulatan ke bawah, sedangkan apabila angka dibelakang koma kurang dari 5 maka dilakukan pembulatan ke bawah tanpa mengubah angka di depannya (Dajan, 2000). Berdasarkan perhitungan rumus di atas maka diperoleh jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 88 responden yang dibulatkan menjadi 90 responden.

Maka peneliti menetapkan jumlah sampel yang akan diambil sebanyak 90 responden yaitu konsumen di RW 06, Kebantenan III, Cilincing, Jakarta Utara.

1.3. Data dan Metode Pengumpulan Data

1.3.1. Data

Penelitian ini menggunakan data primer, sumber penelitian primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, menurut Sugiyono (2018; 137) karena penelitian dilakukan secara langsung dan hasil diambil dari sampel langsung yaitu pengguna *Shopee* di RW 06, Kebantenan III, Cilincing, Jakarta Utara. Dalam penelitian ini, data tahun 2021-2022 digunakan sebagai standar jumlah sampel yang dibutuhkan. Alasan memakai periode 2021-2022 karena menggunakan data terbaru dan selama ini ada pandemi Covid-19 yang mengakibatkan pengguna *Shopee* mengalami peningkatan. Dan penelitian ini menggunakan kuesioner online dengan melalui *Google Forms*, yang kemudian disebarluaskan melalui grup *WhatsApp* rukun tetangga dan rukun warga sebagai metode pengumpulan data, yang kemudian disebarkan kepada sampel yang telah ditentukan.

1.3.2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu pengumpulan data dengan akses langsung ke subjek penelitian, yaitu dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada sejumlah responden dan menyajikan pertanyaan dengan pilihan jawaban yang terkait dengan variabel penelitian yaitu Kualitas Informasi (X_1), Kemudahan (X_2) dan Kepercayaan (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Untuk mengolah data dari hasil angket maka peneliti menggunakan metode skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur pendapat, sikap dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena. Skala *likert* yang diukur kemudian dijabarkan menjadi indikator variabel dan berfungsi sebagai titik awal untuk menyusun instrument dalam bentuk pernyataan. Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai skor mulai dari angka 4-3-2-1. Berikut adalah kriteria penilaian yang digunakan pada skala *likert*.

Tabel 3.1 Skala *Likert*

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2015)

1.4. Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiono menjelaskan bahwa atribut atau sifat atau nilai seseorang, objek atau aktivitas memiliki beberapa variasi yang ditentukan oleh peneliti. Variabel dalam penelitian ini meliputi tiga variabel bebas (*independent*) dan satu variabel terikat (*dependent*).

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab terjadinya perubahan/timbulnya variabel dependen (terikat) baik yang pengaruhnya positif ataupun yang pengaruhnya negatif. Variabel independen yang digunakan yaitu Kualitas Informasi (X_1), Kemudahan (X_2) dan Kepercayaan (X_3).
2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*) merupakan variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antar variabel independen dengan dependen, tetapi tidak bisa diamati dan diukur. Dalam melakukan penelitian ini yang menjadi variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y).

Peneliti melakukan instrument variabel sebagai tolak ukur variabel yang ditetapkan dalam penelitian ini, berdasarkan variabel dan tujuan penelitian. Variabel instrumen dalam penelitian ini terdiri dari variabel, indikator, dan jumlah pertanyaan yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

Tabel 3.2 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Informasi (X_1) (Venkatesh dan Davis dalam Irmadhani, 2012)	1. Informasi up to date 2. Konsisten 3. Mudah dipahami	1-2 3-4 5-6
Kemudahan (X_2) (Jimenez <i>et al.</i> , 2016, Dalam Andrean Septa Yogananda dan I Made Bayu Dirgantara 2017:4)	1. Mudah dipelajari 2. Mudah untuk didapatkan 3. Mudah untuk dioperasikan	7-8 9-10 11-12
Kepercayaan (X_3) (Kotler dan Keller, 2016)	1. Kesungguhan/Ketulusan (<i>Benevolence</i>) 2. Kemampuan (<i>Ability</i>) 3. Integritas (<i>Integrity</i>) 4. Kesiediaan Konsumen (<i>Willingness to depend</i>)	13-14 15-16 17-18 19-20
Keputusan Pembelian (Y) (Kotler & Keller, 2016)	1. Pemilihan Produk (Product choice) 2. Pemilihan Merek (Brand choice) 3. Pemilihan Saluran Pembelian (Dealer choice) 4. Penentuan waktu pembelian (Purchase Timming) 5. Jumlah Pembelian 6. Metode Pembelian	21-22 23-24 25 26-27 28 29-30

Sumber: (Venkatesh dan Davis dalam Irmadhani, 2012), (Jimenez *et al.*, 2016, Dalam Andrean Septa Yogananda dan I Made Bayu Dirgantara 2017:4), (Kotler dan Keller, 2016), (Kotler & Keller, 2016)

1.4.1. Uji Instrumen

Kuesioner tergantung pada kualitas data yang digunakan dalam tes. Data penelitian tidak akan berguna jika alat yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak valid dan sangat reliabel. Tes dan pengukuran menunjukkan konsistensi dan keakuratan data yang dikumpulkan masing-masing.

1.4.2. Uji Validitas

Uji validitas data bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kevalidan pertanyaan dari penyebaran kuesioner. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas diukur menggunakan *Pearson Correlation* (Ghozali, 2018).

Pengukuran validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *bivariate Pearson (Product Moment Pearson)* yakni teknik korelasi, dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor. Uji Validitas dapat dikatakan valid apabila signifikan $< 0,05$ atau 5%. Adapun kriteria penilaian uji validitas adalah sebagai berikut:

- Apabila r hitung $> r$ tabel, maka item kuisisioner tersebut valid.
- Apabila r hitung $< r$ tabel, maka item kuisisioner tersebut tidak valid.

1.4.3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung cronbach alpha dari masing-masing instrumen dalam setiap variabel. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Menurut Ghozali (2018) menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* dapat diterima jika $> 0,6$.

1.5. Metode Analisa Data

Langkah-langkah yang digunakan untuk pengolahan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

1.5.1. Metode Statistik Data

Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan software SPSS versi 24. Software SPSS digunakan untuk mempermudah mengolah data, untuk hasil yang lebih akurat dan cepat. Selain itu, software SPSS juga biasa digunakan dalam penelitian statistik. Dimana *editing* dan *coding* dilakukan. *Editing* adalah langkah awal dalam mengolah data yang diperoleh peneliti lapangan dengan cara meneliti kemungkinan kesalahan dalam tanggapan responden dan ketidakpastian tanggapan responden. *Coding* adalah pemberian kode atau tanda untuk memudahkan pencari pada alternatif jawaban yang sejenis atau klasifikasinya.

1.5.2. Analisis Statistik Data

Metode analisis statistik dapat dipilih tergantung pada tujuan penelitian, dalam penelitian ini digunakan analisis data sebagai koefisien determinasi (parsial dan ganda) dan uji hipotesis (parsial dan simultan) sebagai berikut:

1.5.2.1. Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien determinan (R^2) pada intinya adalah mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, Menurut Ghozali (2018). Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol sampai satu, dan R^2 yang kecil memiliki arti yaitu kemampuan menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti bahwa variabel bebas menyediakan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat. Koefisien determinasi memiliki fungsi untuk mengetahui besarnya persentase antara variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi (KD) dinyatakan dalam bentuk besaran persen (%). Untuk dapat mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun berganda, akan digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus sebagai berikut:

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

$$KD_{X_1} = r_{YX_2X_3}^2 (100\%) \dots\dots\dots(3.1)$$

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

$$KD_{X_2} = r_{YX_1X_3}^2 (100\%) \dots\dots\dots(3.2)$$

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

$$KD_{X_3} = r_{YX_1X_2}^2 (100\%) \dots\dots\dots(3.3)$$

4. Koefisien Determinasi Parsial X_1, X_2, X_3 terhadap Y

$$KD_{X_{1,2,3}} = r_{YX_1X_2X_3}^2 (100\%) \dots\dots\dots(3.4)$$

1.5.2.2. Koefisien Determinasi Berganda

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model (variabel independen) terhadap variabel dependen. Menjelaskan besarnya kontribusi yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen.

1.5.2.3. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis merupakan pernyataan bahwa tidak adanya perbedaan antara parameter dengan statistik data sampel pada dasarnya diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan dari masalah penelitian menurut Sugiyono (2017:160). Pengujian hipotesis digunakan untuk untuk menemukan kebenaran suatu dugaan sementara. Berikut adalah Langkah-langkah dalam pengujian hipotesis penelitian ini:

1. Langkah pertama

a. Pengaruh X_1 terhadap Y

$H_0 : \rho_{y1.23} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan pengaruh kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara online di *Shopee* yang ada pada wilayah RW. 06 Kebantenan III, Cilincing).

$H_a : \rho_{y1.23} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh signifikan pengaruh kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara online di *Shopee* yang ada pada wilayah RW. 06 Kebantenan III, Cilincing).

b. Pengaruh X_2 terhadap Y

$H_0 : \rho_{y2.13} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan kemudahan terhadap keputusan pembelian secara online di *Shopee* yang ada pada wilayah RW. 06 Kebantenan III, Cilincing).

$H_a : \rho_{y2.13} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh signifikan kemudahan terhadap keputusan pembelian secara online di *Shopee* yang ada pada wilayah RW. 06 Kebantenan III, Cilincing).

c. Pengaruh X_3 terhadap Y

$H_0 : \rho_{y3.12} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara online di *Shopee* yang ada pada wilayah RW. 06 Kebantenan III, Cilincing).

$H_a : \rho_{y3.12} \neq 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara online di *Shopee* yang ada pada wilayah RW. 06 Kebantenan III, Cilincing).

2. Langkah kedua

Untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial, dilihat dari nilai *p-value* dan dibandingkan terhadap α ($5\% = 0,05$),

kemudian pengambilan keputusan dilakukan dengan menggunakan kriteria sebagai berikut:

- H_0 ditolak, jika nilai signifikan uji-t $< 0,05$.
- H_0 tidak ditolak, jika nilai signifikan uji-t $\geq 0,05$.

3. Langkah ketiga

Penarikan kesimpulan, bila H_0 tidak ditolak, maka dapat diartikan bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Bila H_0 ditolak, maka dapat diartikan bahwa secara parsial terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

1.5.2.4. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian pengaruh variabel independen secara bersama–sama (simultan) terhadap perubahan nilai variabel dependen, dilakukan menguji seberapa besar perubahan nilai variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh perubahan nilai semua variabel independen, sehingga perlu dilakukan pengecekan f. Uji F atau ANOVA dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikansi yang ditentukan untuk penelitian dengan probabilitas hasil penelitian. Berikut adalah langkah-langkah pengujian hipotesis simultan:

1. Langkah pertama

Pengaruh X_1 (Kualitas Informasi), X_2 (Kemudahan), X_3 (Kepercayaan) terhadap Y (Keputusan Pembelian).

$H_0 : \rho_{y_{123}} = 0$ (secara simultan tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas informasi, kemudahan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara online di *Shopee* yang ada pada wilayah RW. 06 Kebantenan III, Cilincing).

$H_a : \rho_{y_{123}} \neq 0$ (secara simultan terdapat pengaruh signifikan kualitas informasi, kemudahan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara online di *Shopee* yang ada pada wilayah RW. 06 Kebantenan III, Cilincing).

2. Langkah kedua

Adapun untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara berganda (bersama-sama), digunakan nilai *Significance F* dan dibandingkan terhadap α ($5\% = 0,05$), kemudian pengambilan keputusan dilakukan dengan menggunakan kriteria sebagai berikut:

- H_0 ditolak, jika nilai signifikan uji-F $< 0,05$.

- H_0 tidak ditolak, jika nilai signifikan uji-F $\geq 0,05$.

3. Langkah ketiga

Penarikan kesimpulan, bila H_0 tidak ditolak, maka dapat diartikan bahwa secara simultan tidak terdapat pengaruh antara seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Bila H_0 ditolak, maka dapat diartikan bahwa secara simultan terdapat pengaruh antara seluruh variabel independen terhadap variabel dependen.

