

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Paradigma Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang berisi tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Analisis data yang digunakan adalah analisis data kausal yaitu studi dimana peneliti ingin menemukan penyebab dari satu atau lebih masalah (Sekaran, 2006).

B. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian adalah satu anggota dari sampel, sebagaimana elemen adalah satu anggota dari populasi (Sekaran, 2006). Subjek penelitian atau responden adalah pihak-pihak yang dijadikan sebagai sampel dalam sebuah penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang sudah pernah membeli produk di situs Shopee.

Sedangkan objek dalam penelitian adalah variabel atau apa yang menjadi titik perhatian dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini, objek yang digunakan adalah keputusan pembelian konsumen melalui *online* di situs Shopee.

C. Jenis Data

Data yang akan diperoleh peneliti secara langsung dari tangan pertama. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer

yaitu dimana data yang peroleh secara langsung dari sumbernya dan tidak melalui perantara. Sumber pertama dari penelitian ini adalah semua konsumen yang melakukan pembelian di situs Shopee. Data tersebut berupa opini, sikap, pengalaman atau karakteristik dari seseorang atau kelompok orang yang menjadi subyek penelitian (responden).

D. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang pernah berbelanja di situs Shopee. Berdasarkan populasi yang digunakan, maka dapat ditarik sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang pernah membeli produk di situs Shopee. Jumlah sampel yang terlalu kecil menyebabkan penelitian tidak dapat menggambarkan situasi populasi yang sesungguhnya. Namun, apabila jumlah sampel yang terlalu besar dapat mengakibatkan pemborosan biaya penelitian. Karena jumlahnya tidak diketahui secara pasti maka digunakan teknik penentuan sampel untuk populasi tidak terhingga menurut Widiyanto (2008) dalam Agusli dan Sondang (2013), sebagai berikut:

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

Diketahui:

n = Jumlah Sampel

Z = Z score pada tingkat signifikansi tertentu (z sebesar 90% atau 1,96)

Tingkat kesalahan yang ditoleransi (moe) sebesar 10%, maka:

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

Berdasarkan hasil perhitungan diatas diperoleh jumlah sampel yang baik dari populasi minimal sebesar 96,04 orang. Namun untuk mempermudah perhitungan dan karena adanya unsur pembulatan, nantinya jumlah sampel yang digunakan adalah berjumlah 100 responden.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non Probability Sampling*. Terdapat banyak metode yang dapat digunakan untuk pengambilan sampel *non probability*, salah satunya yaitu *purposive sampling*. Menurut Sekaran (2006), pengambilan sampel bertujuan (*purposive sampling*) yakni teknik sampling yang terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, apakah karena mereka adalah satu-satunya yang memiliki, atau memenuhi beberapa kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Mahasiswa yang pernah melakukan minimal transaksi pembelian sebanyak 2x selama 6 bulan terakhir pada situs Shopee.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data merupakan faktor penting demi keberhasilan penelitian. Sumber data yang digunakan dalam

penelitian ini diperoleh dari berupa tanggapan langsung dari tangan pertama melalui kuesioner atau wawancara. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan yang bersifat tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner yang telah disusun merupakan rangkaian-rangkaian pertanyaan yang berkaitan dengan kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara *online*.

Jenis kuesioner yang digunakan adalah pernyataan tertutup dengan skala *likert* 1-5. Skala *likert* adalah alat yang digunakan untuk mengukur seberapa kuat subjek yang setuju atau tidak setuju. Responden akan memilih salah satu jawaban yang tersedia, kemudian masing-masing jawaban diberi skor tertentu. Total skor tersebutlah yang ditafsir sebagai posisi responden dalam skala *likert*. Kinerja pengukurannya sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Instrumen Skala *Likert*

No.	Jawaban	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Netral (N)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (STS)	5

Sumber: (Sugiyono, 2014)

F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan penjelasan tentang bagaimana suatu variabel diukur. Variabel penelitian dalam penelitian ini adalah segala sesuatu sebagai objek penelitian yang ditetapkan dan dipelajari sehingga memperoleh informasi untuk menarik kesimpulan. Sesuai dengan hipotesis yang diajukan yaitu pengaruh kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara *online*, maka terdapat tiga variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independen*) dalam penelitian ini adalah Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2), Kualitas Informasi (X3) dan yang terakhir menggunakan variabel terikat (*dependen*) yaitu Keputusan Pembelian *Online* (Y).

Agar lebih mudah untuk melihat mengenai variabel penelitian yang digunakan, maka penulis menjabarkannya ke dalam bentuk operasionalisasi variabel yang dapat dilihat pada Tabel 3.2 berikut:

Tabel 3. 2

Definisi Operasional Variabel Penelitian

No.	Nama Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Keputusan Pembelian <i>Online</i>	Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu secara langsung yang terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Sumber : Deavaj et al, dalam Jayanti (2015)	1. Efisiensi 2. Value 3. Interaksi Sumber : Deavaj et al, dalam Jayanti (2015)	Likert 1-5

Lanjutan Tabel 3.2

2.	Kepercayaan	Kepercayaan adalah rasa percaya yang dimiliki berbagai atribut dan manfaat dari berbagai atribut tersebut. Sumber : Mayer et al. dalam Jayanti (2015)	1. Kemampuan 2. Kebaikan hati 3. Integritas Sumber : Mayer et al. dalam Jayanti (2015)	Likert 1-5
3.	Kemudahan	Kemudahan diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan terbebas dari usaha. Sumber : Hartono dalam Suhir, dkk (2014)	1. Mudah untuk berinteraksi 2. Mudah melakukan transaksi 3. Mudah memperoleh produk 4. Mudah untuk dipelajari 5. Mudah untuk digunakan. Sumber : Suhir, dkk (2014)	Likert 1-5
4.	Kualitas Informasi	Kualitas informasi merupakan kualitas yang berkaitan dengan jumlah, akurasi, dan bentuk informasi tentang produk dan jasa yang ditawarkan pada situs <i>web</i> . Sumber : Sam dan Tahir dalam Alhasanah (2014)	1. Informasi akurat 2. Informasi tepat waktu atau <i>up-to-date</i> 3. Informasi terpercaya 4. Informasi yang relevan 5. Format informasi yang disajikan menarik 6. Informasi sesuai dengan kebutuhan dan format. 7. Informasi mudah dimengerti. Sumber : Barnes dan Vidgen dalam Alhasanah (2014)	Likert 1-5

G. Pengujian Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji Validitas adalah pengujian untuk mengukur sah atau valid tidaknya sebuah kuesioner. Sebuah kuesioner dinyatakan valid apabila pertanyaan yang ada pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Menurut Rahmawati, dkk. (2015), 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 %. Indikator pertanyaan akan dinyatakan valid dari tampilan output IBM SPSS Statistic 21.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah pengujian untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Pengukuran Uji Reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur kolerasi antar jawaban pertanyaan.

Dalam penelitian ini, alat yang digunakan untuk menguji reliabilitas yaitu teknik sekali ukur, yaitu diukur dengan *Cronbach Alpha* (α). Jika nilai *cronbach alpha* $> 0,70$ maka alat ukur dinyatakan *reliable* (andal) Nunnally (1994) dalam Ghozali (2016).

H. Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

1. Metode Analisis Data

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel Independen diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang). Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

a = Konstanta

$b_1 \dots b_3$ = Koefisien Regresi

Y = Variabel Keputusan Pembelian *Online*

X_1 = Variabel Kepercayaan

X_2 = Variabel Kemudahan

X_3 = Variabel Kualitas Informasi

e = Error

2. Uji Hipotesis

a. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji kelayakan model atau yang biasa disebut dengan uji F (ada juga yang menyebutnya sebagai uji simultan model) merupakan

tahapan awal yang digunakan untuk mengetahui apakah model regresi yang diestimasi layak atau tidak. Dinyatakan layak (andal) apabila model yang diestimasi dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel terikat/dependen. Jika nilai Sig. < 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2016).

b. Uji t (Parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau bebas secara individual dalam menerangkan variabel terikat. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial dalam menerangkan variabel dependen. Jika nilai Sig. < 0,05 maka variabel-variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat (Ghozali, 2016).

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas sedangkan apabila nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat (Ghozali, 2016).