

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek/Subjek Penelitian

Menurut Sugiyono (2015) obyek penelitian merupakan suatu atribut atau penilaian orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulan. Obyek penelitian yang akan digunakan oleh peneliti yaitu *online shop* pada situs jejaring sosial Instagram.

Menurut Sekaran (2006) subyek didefinisikan sebagai satu dari anggota dalam sampel sebagaimana elemen adalah anggota dari populasi. Peneliti mengambil subyek penelitian pada mereka yang terlibat dan sudah pernah melakukan *online shopping* di situs jejaring sosial Instagram. Subyek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengguna *online shop* pada situs jejaring sosial Instagram di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

B. Jenis Data

Jenis data pada penelitian ini menggunakan data primer. Menurut Sugiyono (2015) data primer didefinisikan sebagai data yang diambil dari pihak pertama, penulis mendapatkan hasil data dari kuesioner yang dibagikan kepada responden yang telah ditentukan kriterianya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yang bersifat kuantitatif, sebagaimana telah dijelaskan oleh Sugiyono (2015) bahwa metode kuantitatif

merupakan metode dengan data penelitian berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sekaran (2006) mendefinisikan pengambilan sampel sebagai proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi, serta penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya akan membuat kita dapat menggeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi.

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan menggunakan *metode purposive sampling*. Gunawan (2015) mendefinisikan teknik *Non probability sampling* sebagai cara pengambilan sampel yang semua objek atau elemen populasinya tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel.

Sugiyono (2015) mendefinisikan *purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Penulis menggunakan kriteria responden yang pernah melakukan transaksi minimal 2 kali pembelian online di situs jejaring sosial Instagram dalam waktu 1 tahun terakhir.

Penelitian ini menggunakan 115 responden untuk diteliti, mengacu kepada pendapat Sekaran (2006) ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menurut Sugiyono (2015) adalah langkah paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang telah dilengkapi dengan tingkatan jawaban sebagai pilihan responden dalam menjawab pertanyaan. Kuesioner menurut Sekaran (2006) merupakan daftar pertanyaan secara tertulis dan telah dirumuskan sebelumnya dan akan dijawab oleh responden, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas. **Skala yang digunakan adalah skala *likert* 5 poin dengan kriteria, yaitu:**

5 = SS (Sangat Setuju)

4 = S (Setuju)

3 = N (Netral)

2 = TS (Tidak Setuju)

1 = STS (Sangat Tidak Setuju)

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

No.	Variabel	Devinisi Operasional	Indikator
1.	Kepercayaan (X1)	Firdayanti (2012) mendefinisikan kepercayaan konsumen merupakan persepsi dari sudut pandang konsumen akan keandalan penjual dalam pengalaman dan terpenuhinya harapan serta kepuasan konsumen.	1. Kemampuan. 2. Kebaikan hati / Itikad baik. 3. Integritas. Sumber : Kim <i>et al</i> (2003) dalam Sukma (2012).
2.	Keamanan (X2)	Park dan Kim (2006) dalam Sukma (2012) mendefinisikan keamanan sebagai suatu kemampuan dari toko online dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data.	1. Kerahasiaan atau privasi. 2. Pengelolaan data pribadi. 3. Memberikan keyakinan akan jaminan keamanan. Sumber : Raman Arasu dan Viswanathan A. (2011) dalam Sukma (2012).
3.	Kualitas Pelayanan (X3)	Hadiyati (2010) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai keseluruhan ciri-ciri serta karakteristik dari suatu produk dan jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan dengan menekankan pada orientasi pemenuhan harapan konsumen untuk memperoleh kecocokan dalam	1. Kehandalan. 2. Daya tanggap. 3. Empati. Sumber : Raje Archana dan Vandana T.K (2012) dalam Sukma (2012).

		pemakaian.	
--	--	------------	--

Lanjutan Definisi Operasional Variabel Penelitian

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
4.	Persepsi Resiko (X4)	Menurut Firdayanti (2012) persepsi terhadap risiko merupakan suatu cara konsumen mempersepsikan kemungkinan kerugian yang akan diperoleh dari keputusannya sebagai akibat dari ketidakpastian dari hal yang diputuskan tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Risiko produk. 2. Risiko transaksi. 3. Risiko psikologis. Sumber : Suresh A. M. dan Shashikala R. (2011) dalam Sukma (2012).
5.	Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Schiffman dan Kanuk (2004) dalam Sukma (2012) keputusan pembelian merupakan pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan pada keputusan pembelian, dengan kata lain konsumen yang akan melakukan pemilihan harus bisa menentukan pilihan dari berbagai alternatif yang ada, jika alternatif pada pilihan tidak ada, maka tindakan yang dilakukan tanpa adanya pilihan tersebut tidak dapat dikatakan telah melakukan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sadar akan adanya kebutuhan. 2. Mencari informasi. 3. Mengadakan seleksi terhadap alternatif 4. Pemilihan akan produk. 5. Rasa puas. 6. Merekomendasikan kepada orang lain. Sumber : Ristania dan Justianto (2013).

		keputusan.	
--	--	------------	--

F. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *Pearson Correlation* yaitu dengan cara menghitung korelasi antar skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor. **Jika nilai signifikan yang diperoleh dari setiap indikator $< 0,05$, maka dinyatakan valid menurut Ghozali (2011).**

2. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, uji keandalan setiap variabel diukur dengan menggunakan *cronbach's alpha*. *Cronbach's alpha* adalah sebuah ukuran keandalan yang memiliki nilai berkisar dari nol sampai satu. Hair dkk, (2010). Dan nilai *Cronbach Alpha* dikatakan handal atau dapat diterima apabila nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ (Hair dkk, 2010)

G. Uji Hipotesis dan Analisis Data

1. Uji Analisis Data

Analisis Deskriptif

Menurut Ghozali (2011) analisis deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan

distribusi). Tujuan dari analisis deskriptif adalah memberikan kepada peneliti sebuah riwayat serta menggambarkan aspek-aspek yang relevan dengan fenomena perhatian dari perspektif seseorang, organisasi atau lainnya (Sekaran, 2006).

Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat digunakan analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda untuk menganalisis data yang terdapat lebih dari satu variabel bebas. Penelitian yang memerlukan kajian berbagai macam variabel yang bisa mempengaruhi satu variabel lain, maka pilihan analisis regresi berganda akan bermanfaat (Rahmawati, dkk., 2011).

Model regresi linear berganda, sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e$$

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

X1 = Kepercayaan

X2 = Keamanan

X3 = Kualitas Pelayanan

X4 = Persepsi Resiko

$\beta_1 - \beta_4$ = Koefisien Variabel Bebas X1 – X4

e = *Error Term* (Faktor Pengganggu)

2. Uji Hipotesis

a. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (Ghozali, 2011). Kriteria penentuan uji F adalah tingkat signifikansi 5%. Apabila nilai signifikansi $F < \alpha 0,05$ maka terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

b. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individu dalam menjelaskan variasi variabel independen (Ghozali, 2011). Hipotesis diterima jika nilai signifikansi $< \alpha 0,05$ dan koefisien regresi searah dengan hipotesis. Hipotesa dapat diterima apabila standar error lebih kecil dari 0,05 atau 5% dan hipotesa ditolak apabila standar error lebih besar dari 0,05 atau 5%.

c. Uji Koefisien Determinan (R²)

Uji koefisien determinan (R²) digunakan untuk mengukur seberapa jauh variasi variabel independen mempengaruhi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Nilai R² yang semakin mendekati 1, berarti variabel-variabel independen hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

