

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan suatu data. Menurut Wahidmurni (2017) menyatakan bahwa objek penelitian adalah variabel atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Sedangkan menurut Sugiyono (2018) mendefinisikan objek penelitian sebagai suatu sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu suatu hal objektif, valid dan reliable tentang suatu hal (variabel tersebut).

Dalam penelitian ini, objek penelitian difokuskan pada keputusan pembelian sebagai variabel terikat (*dependent variable*), sedangkan kualitas dan kepercayaan konsumen sebagai variabel bebas (*independent variable*).

B. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2017) data primer merupakan data yang berasal dari sumber penelitian secara langsung dan diberikan kepada peneliti. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner yang disebar kepada konsumen Tokopedia.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2017) data sekunder merupakan data yang berasal dari sumber yang tidak memberikan datanya secara langsung kepada peneliti. Sumber data sekunder dalam penelitian ini berbagai

sumber bacaan seperti buku ilmiah, jurnal penelitian, website dan lainnya yang relevan dengan penelitian.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Tokopedia di wilayah Surakarta.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti atau diobservasi dan dianggap dapat menggambarkan keadaan atau ciri populasi. Sampel dipilih dari sebuah populasi yang didefinisikan sebagai keseluruhan unit-unit atau elemen-elemen yang akan diteliti. Metode pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dengan teknik purposive sampling, purposive sampling merupakan penarikan sampel didasarkan pada tujuan penelitian dan keputusan penarikan sampel bergantung pada pengumpulan data (Digdowiseiso, 2017). Dalam menentukan jumlah sampel penelitian ini, menggunakan ukuran sampel diambil dengan menggunakan Rumus Hair. Rumus Hair digunakan karena ukuran populasi yang belum diketahui dengan pasti. Hair et al. (2014) memberikan penjelasan mengenai cara memilih teknik estimasi, yaitu:

- a. Bila ukuran sampel 100-200 dan asumsi normalitas terpenuhi, maka dapat menggunakan teknik Maximum likelihood dan Unweighted least squares serta Scale-free least squares tidak akan menghasilkan nilai r-square.
- b. Bila ukuran sampel 200-500 dan asumsi normalitas terpenuhi, maka dapat menggunakan teknik Maximum likelihood dan Generalized least squares. Semakin banyak sampel, maka hasil Generalized least squares akan semakin baik.
- c. Bila ukuran sampel >2500 dan asumsi normalitas tidak terpenuhi, maka dapat menggunakan Asymptotically distribution-free dan teknik ini kurang baik bila ukuran sampel <2500.

Ukuran sampel yang harus dipenuhi adalah minimum berjumlah 100-200 atau menggunakan 5-10 dikali observasi untuk setiap estimated parameter. Menurut Hair et al. (2014) sebaiknya ukuran sampel harus 100 atau lebih besar. Sebagai aturan umum, jumlah sampel minimum setidaknya lima kali lebih banyak dari jumlah item pertanyaan yang akan di analisis, dan ukuran sampel akan lebih diterima apabila memiliki rasio 10:1. Dalam penelitian ini terdapat 14 indikator item pernyataan, maka ukuran sampel yang dibutuhkan minimal sejumlah $14 \times 10 = 140$ sampel. Untuk kriteria responden adalah sebagai berikut:

- a. Pernah melakukan pembelian di Tokopedia setidaknya satu kali dalam 6 bulan terakhir.
- b. Berusia minimal 17 tahun.

- c. Memiliki akun Tokopedia aktif.
- d. Mengakses Tokopedia secara mandiri melalui aplikasi atau situs web.

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan menggunakan kuesioner berisi daftar pertanyaan yang ditujukan kepada responden. Cara penyebaran kuesioner tersebut melalui pembagian kuesioner atau angket kepada konsumen yang melakukan transaksi pada Tokopedia. Menurut Sugiyono (2017) teknik pengumpulan data yang tepat apabila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas adalah menggunakan kuesioner atau angket.

Skala pengukuran tanggapan dari responden menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2017) skala likert dapat mengukur persepsi seseorang atau kelompok mengenai fenomena sosial yang terjadi. Metode ini dapat mempermudah peneliti untuk memiliki data tanggapan responden dan ditarik kesimpulannya. Kriteria pengisian kuesioner dengan skala Likert adalah sebagai berikut:

1. Untuk jawaban “SS” sangat setuju diberi nilai = 5
2. Untuk jawaban “S” setuju diberi nilai = 4
3. Untuk jawaban “CS” cukup setuju diberi nilai = 3
4. Untuk jawaban “TS” tidak setuju diberi nilai = 2
5. Untuk jawaban “STS” sangat tidak setuju diberi nilai = 1

E. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi yang memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut, adapun definisi dari masing-masing variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan dalam konteks e-commerce diukur dengan menggunakan lima dimensi utama: keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan berwujud. Masing-masing dimensi ini akan dinilai melalui survei konsumen yang menanyakan pengalaman mereka terhadap layanan yang diberikan.	1. Keandalan (Reliability) 2. Ketanggapan (Responsiveness) 3. Jaminan (Assurance) 4. Empati (Empathy) 5. Berwujud (Tangibles) (Rita et al., 2019)	Skala Likert 1-5
Kepercayaan Konsumen	Kepercayaan konsumen diukur berdasarkan persepsi mereka terhadap reputasi website, kehandalan, jaminan transaksi, keamanan privasi, dan kualitas informasi yang diberikan oleh penyedia layanan e-commerce. Pengukuran dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang diisi oleh konsumen.	1. Reputasi Website 2. Kehandalan 3. Jaminan Transaksi 4. Keamanan Privasi 5. Kualitas Informasi (Khairani, 2015)	Skala Likert 1-5
Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian diukur berdasarkan pilihan produk, pilihan merek, waktu	1. Pemilihan produk 2. Pemilihan merek 3. Pemilihan waktu	Skala Likert 1-5

	pembelian, dan metode pembayaran yang dipilih oleh konsumen. Data akan dikumpulkan melalui survei yang mencakup pertanyaan tentang pengalaman pembelian mereka.	4. Pemilihan metode pembayaran (Safitri et al., 2019)	
--	---	---	--

F. Teknik Analisis Data

Analisa data merupakan proses mengolah data yang diperoleh untuk mengetahui kebenaran suatu hipotesa. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif melalui analisis regresi berganda melalui hasil olah data SPSS (Statistical Package for Social Science) For Windows Version 26.

1. Analisis Data Kualitatif

Menurut Sugiyono (2017) analisis data kualitatif adalah data yang dianalisis dalam bentuk uraian penjelasan berupa kalimat, kata, dan gambar.

2. Analisis Data Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2017) analisis data kuantitatif adalah data yang dianalisis dengan teknik statistik. Data tersebut dapat berupa angka atau skor dan biasanya diperoleh dengan menggunakan alat pengumpul data yang jawabannya berupa rentang skor atau pertanyaan yang diberi bobot. Untuk mempermudah dalam menganalisis dengan menggunakan program SPSS (Statistical Package for Social Science) for Windows Version 26.

G. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila pertanyaan yang diajukan kepada responden mampu membuktikan sesuatu yang menjadi tujuan pengukuran kuesioner tersebut. Menurut Sugiyono (2018) valid menandakan bahwa instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (Correlated Item Total Correlation) dengan r tabel untuk degree of freedom (df) = $n - 2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel didasarkan pada uji korelasi yang digunakan pada uji validitas

Hasil r hitung $> r$ tabel = valid

Hasil r hitung $< r$ tabel = tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Menurut Ghazali (2012) butir kuesioner dikatakan reliabel jika cronbach alpha $> 0,60$ dan dikatakan tidak reliabel jika cronbach alpha $< 0,60$.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Manoppo & Arie (2016) uji normalitas digunakan untuk menguji pendistribusian yang normal pada variabel residual pada model regresi. Uji normalitas merupakan sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Menurut Ghozali (2012) model regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan Normal Probability Plot (P-P Plot) terhadap residual terstandarisasi dengan bantuan SPSS for Windows versi 26. Data dikatakan terdistribusi normal jika titik-titik residual menyebar di sekitar dan mengikuti arah garis diagonal.

b. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Menurut Ghozali (2012) model regresi yang baik tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Dalam pengujian multikolinieritas dapat dilihat melalui nilai VIF dari masing-masing variabel independen. Apabila nilai $VIF < 10$, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut bebas dari gejala multikolineritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2012) uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Cara mendeteksi adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik Scatterplot antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-standardized. Menurut Ghazali, (2012) dasar pengujian heteroskedastisitas sebagai berikut:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak terjadi pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk

memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis hubungan antara pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepercayaan Konsumen (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan sasaran penelitian konsumen Tokopedia. Adapun bentuk umum persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b₁, b₂ = Besaran koefisien regresi dari masing-masing variabel

X₁ = Kualitas Pelayanan

X₂ = Kepercayaan Konsumen

e = error

4. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui apakah ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel independen (Kualitas Pelayanan dan kepercayaan Konsumen) terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian) secara parsial.

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini terhadap variabel

dependen secara parsial. Menurut Ghazali (2012) uji statistik t atau uji parsial digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen (X) secara parsial atau individual dalam menerangkan variabel dependen (Y). Kriteria pengujian secara parsial ini yaitu:

- 1) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ dan nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima, berarti secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak, berarti secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (adjusted R^2) digunakan untuk melihat sejauh mana keseluruhan variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Apabila angka koefisien determinasi semakin mendekati 1, maka pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) adalah semakin kuat, yang berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sedangkan menurut Ghazali (2012) nilai koefisien determinasi (adjusted R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen adalah terbatas.