

BAB III

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah eksplanatori (*explanatory research*). Penelitian eksplanatori adalah penelitian yang digunakan untuk menguji hipotesis tentang adanya hubungan variabel-variabel (sebab akibat). Dalam penelitian eksplanatori persoalan dirumuskan dengan jelas dalam bentuk hipotesis tersebut (Singarimbun, 2012:5). Dari definisi tersebut, alasan pemilihan model ini dimaksudkan untuk membuat penjelasan mengenai hubungan sebab akibat yang diperoleh antar variabel yang diperoleh dengan fakta-fakta, sifat-sifat serta mengetahui seberapa kontribusi variabel-variabel bebas terhadap variabel terikatnya serta besar arah hubungan itu terjadi. Jadi penelitian yang dilakukan disini adalah penelitian penjelasan untuk menguji keamanan privasi dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Toko Online *JD.ID*.

2. Variabel, Definisi Operasional dan Pengukuran

a. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, baik itu secara positif maupun negatif. Variabel bebas dalam penelitian ini meliputi:

1) Orientasi Belanja (X_1)

Stone dalam Kusuma dan Septarini (2013) menggambarkan konsep orientasi belanja sebagai gaya hidup berbelanja atau gaya berbelanja yang menempatkan penekanan pada aktivitas membelanjanya. Pengukuran orientasi belanja dalam penelitian ini mengadopsi dari Seock dalam Kusuma dan Septarini (2013) yang meliputi:

- 1) Shopping Enjoyment
- 2) Brand/Fashion Consciousness
- 3) Price Consciousness
- 4) Shopping Confidence
- 5) Convenience/Time Consciousness
- 6) In-Home Shopping Tendency, Brand/Store Loyalty.

2) Kepercayaan Online (X_2)

Menurut Jogiyanto (2007) kepercayaan mempunyai dampak yang mendalam terhadap perilaku. Melalui tindakan dan proses belajar, orang akan mendapatkan

kepercayaan dan sikap yang kemudian mempengaruhi perilaku membeli. Pengukuran kepercayaan dalam penelitian ini mengadopsi dari Ling et al (2010) yang meliputi meliputi

- 1) Keamanan
 - 2) Privasi dan
 - 3) Keandalan
- 3) Pengalaman Pembelian (X3)

Menurut Kwek, Lau, Tan (2010) konsumen web-shopping akan sangat bergantung pada kualitas pengalaman dimana kualitas pengalaman dapat diperoleh hanya melalui pengalaman pembelian sebelumnya. Pengukuran pengalaman pembelian penelitian ini meliputi:

- 1) Pengalaman dalam berbelanja online
- 2) Kompeten ketika berbelanja online
- 3) Kenyaman ketika menggunakan web belanja,
- 4) Pengalaman kemudahan situs online.

b. Peubah terikat (Y) : Minat beli merupakan suatu kecenderungan konsumen untuk membeli suatu produk dan merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen. Menurut Ferdinand (2002: 129), minat dapat diidentifikasi dengan 4 indikator:

- 1) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- 2) Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- 3) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya.
- 4) Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Didalam melakukan penelitian, peneliti memberikan skala untuk mengukur peubah-peubah yang akan diteliti melalui anggapan responden dengan menggunakan skala likert. "Skala Likert" digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial". Untuk meneliti data kualitatif digunakan pengukuran skala likert yaitu dengan memberikan skor atau bobot sebagai berikut:

- 1) Jawaban sangat setuju diberi bobot 5
- 2) Jawaban setuju diberi bobot 4
- 3) Jawaban netral diberi bobot 3
- 4) Jawaban tidak setuju diberi bobot 2
- 5) Jawaban sangat tidak setuju diberi bobot 1

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu (Indriantono dan Supomo : 1999). Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang membeli di *online shop* di Kota Malang.

b. Sampel

Penggunaan jumlah sampel dalam penelitian ini hendaknya dilakukan dengan beberapa pertimbangan. Menurut Ferdinand (2000), ukuran sampel yang sesuai antara 100 – 200. Bila ukuran sampel terlalu besar maka metode menjadi sangat sensitive sehingga sulit untuk mendapatkan ukuran-ukuran *Goodness of fit* yang baik. Dalam penelitian ini menggunakan metode *quoted sampling* sebesar 100 responden dan dalam penelitian ini elemen populasi yang dipilih berdasar sampel dibatasi pada elemen-elemen yang dapat membentuk informasi berdasarkan pertimbangan.

Dan menurut pendapat Hair dkk (1995) yang menyatakan bahwa jumlah sampel yang diambil sebaiknya tidak terlalu besar atau tidak terlalu kecil, lebih lanjut dikemukakan bahwa jumlah sampel minimal sebanyak 100 dan sudah memenuhi syarat dalam melakukan generalisasi.

4. Metode Pengambilan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Wawancara

Pengumpulan data dengan cara bertanya secara langsung kepada responden untuk mendapatkan informasi dan sebagai sarana penunjang dari penyebaran angket. Misalnya lamanya konsumen menggunakan layanan jasa online shop..

2. Kuisisioner

Angket adalah sejumlah pertanyaan secara tertulis yang akan dijawab oleh responden penelitian, agar peneliti memperoleh data lapangan / empiris untuk memecahkan masalah penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Kuisisioner ini diberikan

kepada mahasiswa pengguna layanan online shop *JD.ID*, dengan harapan dapat memberikan respon atas data pernyataan tersebut

5. Uji Instrumen Penelitian

Agar data yang dikumpulkan memiliki kualitas yang tinggi untuk menguji ketepatan hipotesis yang disusun, maka kuisisioner harus diuji validitas dan reliabilitas. Suatu kuisisioner dapat dikatakan valid (sah) jika pernyataan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Sedangkan suatu kuisisioner tersebut dikatakan reliabel (andal) jika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Validitas data penelitian ditentukan oleh proses pengukuran yang akurat. Suatu instrumen pengukur dikatakan valid jika instrumen tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan perkataan lain instrumen tersebut dapat mengukur sesuai dengan yang diharapkan oleh peneliti. Dengan menggunakan koefisien *corrected item total correlation*, dengan taraf signifikansi sebesar 5%. Jika koefisien *corrected item total correlation* di atas nilai kritis maka dikatakan valid. Rumusnya sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r	=	koefisien korelasi
X	=	skor item X
Y	=	skor item Y
n	=	banyaknya sampel dalam penelitian

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pengujian secara reliabilitas instrumen dilakukan dengan menguji skor antar item dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, yaitu:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pernyataan atau banyaknya soal

σ_b^2 = jumlah varians butir

σ_t^2 = varians total

Untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu instrumen pengambil data dari suatu penelitian dapat dilakukan dengan melihat nilai koefisien reliabilitas (*coefficient reliability*). Ukuran yang dipakai untuk menunjukkan pernyataan tersebut reliabel, apabila nilai *Cronbach Alpha* di atas 0,6.

6. Metode Analisis Data

a. Asumsi Klasik

Sebelum pengujian asumsi klasik dilaksanakan, terlebih dahulu dilakukan deteksi awal atas penyimpangan asumsi ekonometri. Pada hasil analisis terhadap ke empat asumsi ekonometrik yaitu:

1) Normalitas

Untuk menguji dalam sebuah regresi, apakah residual atau keduanya mempunyai distribusi normal atautakah tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji normalitas digunakan uji *Kolmogoraf Smirnov Test*. Apabila nilai *Kolmogoraf Smirnov Test* mempunyai tingkat signifikan di atas (> 5%), maka dikatakan data berdistribusi normal.

2) Multikolinieritas

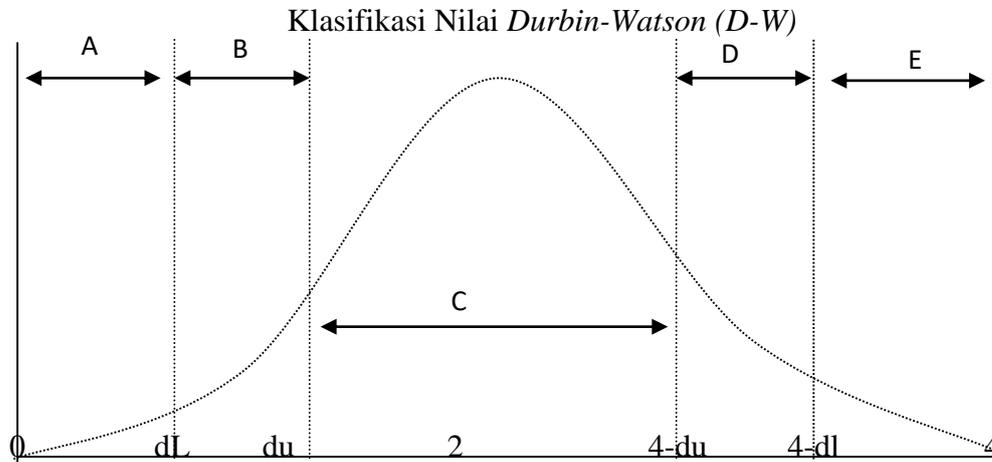
Untuk dapat mengetahui apakah estimasi persamaan regresi terdapat gejala multikolinieritas adalah dengan koefisien antar variabel indepeden, apabila nilai *tolerance* dan *Variance Inflantion Factor*-nya (*VIF*) lebih kecil angka 10 (sepuluh), maka suatu model regresi bebas dari problem multikolinieritas.

3) Gejala Autokorelasi

Digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem serial korelasi. Menurut Gujarati (2006:216) untuk mendeteksi

autokorelasi dapat digunakan angka Durbin-Watson (D-W) yang secara umum bisa diambil patokan gambar sebagai berikut :

Gambar 3.1



Keterangan :

- A = $0 < d_L$: Menolak H_0 (ada autokorelasi positif)
- B = $d_L < d_U$: Daerah keragu-raguan
- C = $d_U < 4 - d_U$: Menerima H_0 (tidak ada autokorelasi positif/negatif)
- D = $4 - d_U < 4 - d_L$: Daerah keragu-raguan
- E = $4 - d_L < 4$: Menolak H_0 (ada autokorelasi negatif)

4) Gejala Heterokedastisitas

Jika varian dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka terjadi Homokedastisitas. Dalam sebuah model regresi perlu dilakukan deteksi apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain atau biasa disebut Heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi Heterokedastisitas.

Dasar pengambilan keputusan apakah terjadi Heterokedastisitas adalah sebagai berikut :

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (poin-poin) yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, menyebar kemudian menyempit) maka telah terjadi Heterokedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi Heterokedastisitas.

Setelah dilakukan pengujian asumsi klasik ekonometri, maka selanjutnya akan diuji kebenaran-kebenaran hipotesis yang telah diajukan pada bab II.

b. Regresi berganda

Dalam penelitian ini analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh keamanan privasi dan kepercayaan terhadap minat beli konsumen di Toko Online *JD.ID*, dengan rumus persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

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

Y	=	keputusan pembelian
a	=	konstanta
b	=	koefisien regresi
X ₁	=	Variabel Orientasi belanja
X ₂	=	Variabel Kepercayaan online
X ₃	=	Variabel Pengalaman Pembelian
e	=	error term (peubah lain tidak dijelaskan).

c. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji variabel keamanan privasi dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Toko Online *JD.ID*.

Rumus uji F-test sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan :

F	=	pendekatan distribusi probabilitas
R	=	koefisien determinan berganda
k	=	jumlah peubah bebas
n	=	jumlah sample

Kriteria pengujian sebagai berikut: jika F hitung \geq F tabel; H₁ diterima, H₀ ditolak, dan jika F hitung $<$ F tabel; H₁ ditolak, H₀ diterima.

d. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji variabel keamanan privasi dan kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Toko Online *JD.ID*.

Rumus uji t-test sebagai berikut:

$$t = \frac{b_1}{Sb_1}$$

Keterangan :

b_i = koefisien regresi

Sb_i = standar error koefisien regresi

Kriteria pengujian sebagai berikut: Apabila t hitung $\geq t$ tabel berarti hipotesa nol (H_0) ditolak, dan jika t hitung $< t$ tabel; H_1 ditolak, H_0 diterima.