

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian & Sumber Data Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Menurut Sugiyono (2014) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif kausalitas. Penelitian kausalitas adalah penelitian yang bertujuan untuk menguji pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya. Dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel data primer merupakan data yang diperoleh langsung melalui sebaran kuesioner melalui *google form*. Data ini digunakan untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap kepercayaan, kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan konsumen melalui *e-commerce* Shopee yang mempengaruhi keputusan pembelian di STIE Malangkecewara.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi menurut Sugiyono (2014) adalah wilayah generalisasi, obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diteliti atau sebagian jumlah dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Untuk populasi dari penelitian ini adalah Mahasiswa/i STIE Malangkecewara angkatan 2020 dan 2021 sebanyak 300 orang.

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa/i STIE Malangkucecwara pengguna shopee dan yang pernah melakukan transaksi minimal satu kali untuk menjadi sampel pada penelitian ini. Dengan kata lain unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian yakni :

- a. Mahasiswa/i dengan rentang usia 18-25 tahun karena pada usia tersebut konsumen sudah cukup dewasa dalam menentukan pilihan produk yang dibelinya berdasarkan pertimbangan pengetahuan dan pengalaman yang dimilikinya.
- b. Mahasiswa/i STIE Malangkucecwara pengguna Shopee dan yang pernah melakukan transaksi minimal satu kali.
- c. Mahasiswa/i STIE Malangkucecwara dengan angkatan 2020 dan 2021.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Dengan jenis model *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* merupakan cara pengambilan sampel dengan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti. Artinya, tidak semua orang bisa dijadikan sampel oleh peneliti, namun hanya yang sesuai kriteria saja. Penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus slovin. Menurut (Rangga *et al.*, 2021), rumus slovin ditentukan lewat nilai tingkat kesalahan yang digunakan, maka semakin kecil jumlah sampel yang diambil. Berikut merupakan rumus *Slovin* sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e^2 = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Batas toleransi kesalahan : 1% = Banyak

5% = Sedang, dan 10% = Sedikit

maka perhitungannya :

$$n = \frac{300}{1 + 300 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{300}{1 + 3.00}$$

$$n = 75 \text{ Sampel}$$

Jadi jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 75 sampel mahasiswa/i STIE Malangkucecewara.

3.3 Variabel, Operasional dan Pengukuran

3.3.1 Variabel Penelitian

Variabel adalah segala sesuatu yang akan menjadi objek penelitian yakni factor-faktor yang berperan dalam peristiwa yang diselidiki. Menurut Sugiyono (dalam artikelsiana,15) variabel adalah atribut dari sekelompok orang atau objek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain dalam kelompok tersebut. Variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2019) variabel dependen sering disebut juga sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel ini sering disebut dengan variabel terikat yang merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini peneliti menetapkan keputusan pembelian (Y) sebagai variabel terikat atau dependen. Keputusan pembelian adalah proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli barang, atau sikap konsumen membeli suatu barang yang telah diyakini akan memuaskan dirinya, dan kesediaan menanggung resiko yang mungkin ditimbulkannya. Indikator penelitiannya terdiri atas tahap-tahap dimulai

dengan pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi berbagai alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Terikat (Y)

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah proses dalam mengambil keputusan untuk membeli, dimana calon konsumen menjatuhkan pilihan dan dipengaruhi oleh beberapa faktor yang akan memutuskan pembelian, dan memberikan kepuasan dan keinginan dan kebutuhan mereka.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan kebutuhan 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Tahap evaluasi 5. Perilaku pasca pembelian

2. Variabel Independen

Variabel Independen adalah variabel-variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) Sugiyono (2019:61). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Kepercayaan (X1), Kualitas Produk (X2), Kualitas Layanan (X3) dan Kepuasan Konsumen (X4).

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Bebas (X)

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
Kepercayaan (X1)	Kepercayaan merupakan peran penting atas keputusan konsumennya menerima dan menelusuri	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kredibilitas 2. Kompetensi 3. Citra 4. Reputasi 5. Bersedia memberikan Rekomendasi

	produk yang akan dibelinya di situs <i>website online shopping</i>	
Kualitas Produk (X2)	Kualitas produk merupakan karakteristik secara menyeluruh kemampuan tidak hanya meliputi barang, namun juga mencakup layanan atau jasa guna memuaskan atau sebagai pemenuhan keperluan konsumennya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fitur 2. Kesesuaian dengan Spesifikasi 3. Daya Tahan 4. Kemampuan Melayani 5. Estetika
Kualitas Layanan (X3)	Kualitas layanan adalah upaya pemenuhan layanan yang diberikan oleh perusahaan dalam mencakup kegiatan layanan sewaktu penawaran produk, layanan dalam kegiatan pembelian hingga layanan sewaktu penyerahan produk ke tangan konsumen dengan menyediakan layanan sesuai kebutuhan dan harapan konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti Fisik 2. Keandalan 3. Daya Tanggap 4. Jaminan dan Kepastian 5. Empati

Kepuasan Konsumen (X4)	Kepuasan Konsumen merupakan rasa puas yang didapat oleh konsumen atas barang atau jasa yang dibelinya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan Produk 2. Kepuasan Layanan 3. Kualitas Layanan memenuhi harapan pelanggan 4. Kualitas layanan memenuhi kebutuhan pelanggan
------------------------	--	---

3.4 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2015) : “Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan untuk penelitian adalah mendapatkan data. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang berasal dari Kuesioner dengan menggunakan *google form* dan dibagikan kepada Mahasiswa/i STIE Malangkececwara angkatan 2020 dan 2021 yang menggunakan aplikasi Shopee. Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang terutama di dalam organisasi yang dapat terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang telah ada. Dalam penelitian ini, dalam instrument pengumpulan datanya analis menggunakan konsep skala likert. Model ini dikembangkan oleh Rensis Likert, pada model ini lebih banyak digunakan untuk penelitian psikologi (moral), sikap dan lain sebagainya. Pada skala Likert ini responden akan menjawab pernyataan-pernyataan yang sudah dibuat oleh peneliti dengan memberikan tanda. Dari jawaban responden kemudian diberikan skor nilai yang telah ditentukan. Pemberian bobot atau skor nilai disusun dengan bertingkat dan konsisten.

Tabel 3.3 Skor Skala Likert

Alternatif Jawaban	Kode	Nilai / Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Cukup	C	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

Sumber : Sugiyono (2015)

3.5 Metode Analisis Data

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian melalui *e-commerce* Shopee yang diolah dengan menggunakan *software* SmartPLS 3. PLS merupakan salah satu metode yang digunakan untuk penyelesaian *Structural Equation Modeling* (SEM) yang memiliki tingkat fleksibilitas yang cukup tinggi yang menghubungkan hasil data dengan teori yang ada. Dimana SmartPLS memberikan hasil uji keterkaitan, pengaruh serta kelayakan antar matriks (Prof. Mahfud Sholihin, 2021). Dalam penelitian ini digunakan 2 model pengujian melalui SmartPLS 3, yang pertama model pengukuran (*Outer Model*) dan Model Struktural (*Inner Model*).

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas biasanya digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu pertanyaanya dalam sebuah kuesioner penelitian (Ghozali, 2018). Suatu indikator dapat dinyatakan valid, apabila pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan suatu indikator. Jika semakin tinggi nilai validitas, maka semakin baik indikator dalam suatu penelitian. Jika nilai positif dan r hitung $>$ r tabel, maka item dinyatakan valid, sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel, maka item dapat dinyatakan tidak valid (Aksiomatik,2019).

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas ialah salah satu alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator atau variabel (Ghozali,

2018). Reliabel tidaknya suatu kuesioner dapat ditandai dengan konsistensi dan stabilitas jawaban atas pertanyaan dari waktu ke waktu.

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersamaan terhadap seluruh butir atau item pertanyaan dalam suatu kuesioner (angket) penelitian. Dasar pengambilan keputusan di dalam uji reliabilitas menurut (Sujarweni, 2014) ialah sebagai berikut:

1. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $>0,60$ maka kuesioner dinyatakan reliabel atau konsisten
2. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $<0,60$ maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel atau konsisten

3.5.3 Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model (model pengukuran) dilaksanakan untuk memastikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya (Ghozali, 2008). Model pengukuran terdiri dari 3 uji dalam model pengukuran yaitu :

1. *Convergent Validity*

Uji *convergent* ini digunakan untuk memastikan tiap indikator dengan skor variabel latennya. Guna mengetahui hasil dari uji *convergent validity* dapat dilihat hasil atau nilai dari *outer loading* dengan indikator reflektif untuk mengetahui besar okorelasi dari tiap-tiap indikator dengan konstruksinya. Apabila nilai dari *outer loading* $>0,70$ maka, dapat dikatakan valid (Abdullah, 2015).

2. *Discriminant Validity*

Uji *discriminant validity* dilakukan dengan melihat nilai dari *cross loading* dengan variabel latennya. Setiap indikator dapat dikatakan valid apabila nilai dari *cross loading* dari masing-masing indikator variabel latennya lebih besar dibandingkan variabel laten lainnya. Metode lain dalam uji *discriminant validity* yaitu dengan melihat dari *Average Variant Extracted* (AVE). Nilai AVE dinilai baik apabila berada diatas 0,5.

3. *Composite Reliability*

Uji *composite reliability* digunakan untuk mengetahui keakuratan fungsi dari alat ukur yang dipakai. Dikatakan reliabel jika nilai dari *composite reliability* $>0,70$ serta memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $>0,60$.

3.5.4 Model Struktural (Inner Model)

Tujuan dari model pengukuran ini adalah untuk mengetahui besar keakuratan pada model struktural yang dibuat. Menurut Antoro (2018) inner model atau model structural adalah pola hubungan variabel penelitian. Pengukuran inner model ini menggunakan R-Square dari variable laten dependen dengan interpretasi yang sama dengan regresi.

1. R-Square

Setiap perubahan nilai dari R-Square dapat digunakan untuk melihat apakah ada pengaruh yang *substantive* antara variable laten independent dengan variable laten dependen setelah menghilangkan indikator-indikator yang mendekati signifikan. Dikatakan kuat apabila nilai dari R-Square $0,67$ dan jika memiliki nilai sebesar $0,33 - 0,19$ maka, termasuk lemah. Semakin tinggi nilai dari R-Square maka, semakin baik model penelitian tersebut.

3.5.5 Uji Hipotesis

1. Uji Hipotesis

Uji ini untuk mengetahui apakah variabel bebas mempunyai pengaruh sendiri-sendiri atau secara parsial terhadap variabel terikat. Untuk menguji hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan nilai hitung dengan nilai tabel. Jika t-hitung lebih besar dari t-tabel, ini berarti ada alasan yang kuat untuk menerima hipotesis satu (H1) dan menolak hipotesis (H0), demikian pula sebaliknya. Selain itu juga bisa dengan menggunakan uji signifikansi. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari $0,05$ alpha, maka ini berarti ada alasan untuk menerima hipotesis satu (H1) dan menolak hipotesis nol (H0), demikian pula sebaliknya (Ghozali, 2016).