

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, yang manadigunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013: 13). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian atupun hasil penelitian. Adapun pengertian deskriptif menurut Sugiyono (2012: 29) adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukun analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum.

1.2. Populasi Dan Sampel

1.2.1. Populasi

Merupakan seluruh data yang menjadi perhatian dalam ruang lingkup yangtelah di tentukan dan pada waktu yang telah di pilih (Sugiyono, 2008:11). Populasi dalam penelitian ini adalah bisnis E-Commerce sebanyak 60 responden di Malang.

1.2.2. Sampel

Adalah perwakilan dari populasi atau sebagian dari populasi yang akan di teliti yang dapat mewakili seluruh populasi tersebut. Penentuan sampel dalam penelitian ini yaitu penentuan sampel dengan teknik sampling non probability sampling. Non Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik Non Probability Sampling yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini lebih tepatnya penulis menggunakan teknik purposive sampling. Pengertian purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2008:21, 73, 122).

Pengambilan sampel adalah proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya akan dapat mengeneralisasikan sifat dan karakteristik tersebut pada populasi (Sugiyono, 2008:53). Pengambilan sampel peneliti menggunakan teknik purposive sampling, artinya pengambilan sampel dengan kriteria tertentu yaitu :

- a. 60 pelaku e-commerce yang terdaftar di Direktorat Jenderal Pajak selama 5 tahun
- b. 60 pelaku e-commerce yang sudah teridentifikasi oleh DJP selama 5 tahun
- c. 60 pelaku e-commerce yang mempunyai NPWP
- d. 60 pelaku e-commerce yang merupakan anggota IdEA (Asosiasi E-commerce Indonesia) selama 5 tahun.

1.3. Variabel Operasional Dan Pengukuran

Variable ini terdiri atas variable dependen dan variable independen. Untuk variable dan pengukuran tersebut tersaji dalam table 2.

Variabel Operasional dan Pengukuran

Variabel	Definisi	Indikato Pengukuran
Daftar Iklan Baris	Iklan pada hakekatnya adalah salah satu bentuk komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi orang lain dalam arti bisa mengubah sikap, sifat, pendapat dan perilaku orang (komunikasikan) sesuai dengan kehendak pemrakarsa komunikasi itu (komunikator). Shimp (2003)	Objek PPh 21 dan 23 Objek PPN
Marketplace C2C	Marketplace adalah suatu jenis website atau aplikasi e-commerce yang memfasilitasi kegiatan jual-beli antara para pemilik toko dengan pembeli secara online. (Opiida, 2014).	Objek PPh 21 dan 23 Objek PPN
Toko Online B2C	Online retail adalah kegiatan menjual barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh penyelenggara online retail kepada pembeli di situs online retail. (Loekamto, 2012)	Objek PPh 21 dan 23 Objek PPN
Sosial Media Shop	Penjualan barang dan jasa menggunakan sosial media	Objek PPh 21 dan 23 Objek PPN

Table 1 Variabel Operasional dan Pengukuran

1.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, (Arikunto, 2008:100). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode angket (kuisisioner). Angket merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain dengan maksud agar orang yang diberi tersebut bersedia memberikan respons sesuai permintaan pengguna (Arikunto, 2008:102). Dalam penelitian ini menggunakan angket tertutup, yaitu angket yang disajikan sedemikian rupa sehingga responden tinggal memberikan tanda centang (√) pada kolom atau tempat yang sesuai. Angket ini ditujukan pada

responden untuk mengungkapkan data variabel e-commerce, kesadaran wajib pajak dan jumlah pajak yang disetor. Selain itu kuesioner ini menggunakan skala *likert* yang umumnya banyak digunakan karena mudah dibuat, bebas memasukkan pernyataan yang relevan, realibilitas yang tinggi dan aplikatif pada berbagai aplikasi.

1.5. Metode Analisis

1.5.1. Pengujian Asumsi Klasik

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable dependen dan variabel independen keduanya mempunyai distribusi normal ataukah mendekati normal. Normalitas umumnya dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika data menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas data dapat juga menggunakan uji kolmogorovsmirnov untuk mengetahui signifikansi data yang terdistribusi normal. Dengan pedoman pengambilan keputusan menurut (Ghozali,2011) :

- a. Nilai sig atau signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$, distribusi adalah tidak normal
- b. Nilai sig atau signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$, distribusi adalah normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem Multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Santoso, 2010). Multikolinieritas terjadi jika terdapat hubungan linier antara variabel independen yang dilibatkan dalam model. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai toleran dan variance inflation (VIF). Pedoman suatu model regresi yang bebas multiko adalah mempunyai nilai tolerance $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF >10 (Santoso, 2010).

3. Uji heterokedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak heteroskedastisitas (Santoso, 2010). Cara mendeteksinya adalah dengan melihat grafik scatterplot pada output yang dihasilkan. Jika titik-titik membentuk suatu pola tertentu, maka hal ini mengindikasikan terjadinya heteroskedastisitas, tetapi apabila titik-titik pada grafik scatterplot menyebar di atas dan di bawah angka 0, maka hal ini mengindikasikan tidak terjadinya heteroskedastisitas (Santoso, 2010).

4. Uji Autokolerasi

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linear ada kolerasi antara kesalahan pengganggu pada periode “t” dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Model Regresi yang baik adalah regresi yang terbebas dari autokolerasi (Santoso, 2010). Mendeteksi autokolerasi bisa dilihat dari tabel D-W (Durbin-Watson) yang secara umum dapat diambil patokan bahwa Angka D-W < 2 berarti autokolerasi positif, sementara D-W > 2 berarti autokolerasi negatif. Dan jika angka D-W diantara -2 dan +2 berarti tidak ada autokolerasi (Santoso, 2010).

5. Analisis Regresi Berganda

Dalam penelitian ini analisis regresi dilakukan untuk mengetahui pola hubungan antara variabel independen (Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Stabilitas Penjualan dan Struktur Aktiva.) dengan variabel dependen (Struktur Modal). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan model sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n + \epsilon$$

Keterangan :

Y	=	variable terikat
X(1,2,3)	=	variable bebas
a	=	nilai konstanta
β (1,2,3)	=	nilai koefisien regresi.
ϵ	=	Error

6. Uji Model (Uji Statistik F)

Uji statistik F pada bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variable independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013). Jika nilai signifikan $\alpha < 0.05$, maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Sementara jika nilai signifikan $\alpha > 0.05$, maka

variabel independen secara bersama sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

7. Uji statistik “t”

Uji statistik bertujuan untuk menunjukkan pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi dependen. Dalam penelitian ini menggunakan program SPSS untuk mengolah data. Jika nilai signifikan uji < 0.05 maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen. Sementara jika nilai signifikan uji > 0.05 maka tidak ada pengaruh antara variabel dependen dengan independen (Santoso, 2010).

