

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Indrianto dan Supomo (2002:90), penelitian kuantitatif menekankan pada pengujian teori-teori melalui variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Karena penelitian kuantitatif mempunyai tujuan untuk menguji atau verifikasi teori, meletakkan teori sebagai deduktif menjadi landasan dalam penemuan dan pemecahan masalah penelitian.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Gresik, yaitu dengan melakukan observasi serta pembagian kuesioner kepada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik Jalan Sumatera 101 GKB Gresik.

3.3 Populasi dan Sampel

Menurut Indrianto dan Supomo (2002:115) populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik. Sampel adalah sebagian dari elemen-elemen populasi yang diteliti (Indrianto dan Supomo, 2002; 115).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *accidental sampling*, yaitu pengambilan sampel yang didasarkan pada kenyataan bahwa mereka yang muncul secara tiba-tiba (Indrianto dan Supomo, 2002: 117). Adapun

yang termasuk dalam sampel penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik yang mengakses, maupun yang bertransaksi online melalui akun instagram.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data subyek yaitu data penelitian yang berasal dari keterangan narasumber. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer, sumber data primer yaitu sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari narasumber tanpa melalui media perantara.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui media kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa yang menjadi sampel penelitian.

3.6 Teknik Pengukuran Data

Teknik pengukuran data yang digunakan untuk mengukur data-data yang akan dianalisis dari hasil survey/penelitian langsung melalui kuesioner adalah menggunakan Skala Likert. Menurut Sujarweni (2015: 104) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Berikut adalah rincian bobot skala likert dalam penelitian ini:

1. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
2. Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)
3. Skor 3 untuk jawaban Ragu-ragu (R)
4. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
5. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

3.7 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel penelitian ini terdiri dari dua macam variabel, yaitu variabel terikat (*dependent variable*) atau variabel yang tergantung dari variabel lainnya dan variabel bebas (*independent variable*) atau variabel yang tidak tergantung pada variabel lainnya.

3.7.1. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah niat bertransaksi online (Y), keputusan pembelian secara online melalui media sosial instagram. Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan beli, dimana konsumen benar-benar membeli (Kotler dan Armstrong, 2001). Variabel keputusan pembelian dibentuk oleh 5 item pertanyaan yang dikembangkan oleh Zhang et al (2012) sebagai berikut, produk sesuai dengan kebutuhan, membeli secara online memiliki manfaat, adanya keyakinan akan kesesuaian antara produk dengan display dalam website/akun, adanya keinginan untuk membeli lagi.

3.7.2. Variabel Independen

Variabel dalam penelitian ini adalah kepercayaan, keamanan, dan kualitas layanan
:

1. Kepercayaan

Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya. Suatu kepercayaan umum bahwa pihak lain dapat dipercayai; atau kesediaan suatu pihak untuk peka terhadap tindakan pihak lainnya (Kim et al, dalam Sukma, Abdurrahman Adi., 2012). Kuisisioner untuk variabel kepercayaan menggunakan indikator yang dikembangkan oleh Kim et al, dalam Sukma, Abdurrahman Adi., (2012) yaitu: jaminan kepuasan, perhatian, dan kesediaan).

2. Keamanan

Menurut Barkatullah (2009; 94-95) perlindungan hukum bagi konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum kepada konsumen. Variabel keamanan diukur dengan menggunakan 5 item pertanyaan yang diadaptasi dari Zhang et al (2012), Rendra (2011), Masoud (2013), diantaranya adalah kejelasan informasi dan identitas penjual, rekam jejak penjual yang baik, garansi/tanggung jawab penjual, website/media transaksi mampu menjamin keamanan data pribadi, dan website/akun penjual adalah riil dan benar adanya.

3. Persepsi Resiko

Persepsi Resiko mengacu pada ketidakpastian konsumen yang dirasakan untuk memutuskan untuk bertransaksi secara online. Variabel persepsi resiko diukur menggunakan lima item pertanyaan yang dikembangkan oleh Masoud (2013) serta Zhang et al (2012), yakni risiko kehilangan uang, risiko barang tidak

terkirim, risiko produk cacat/tidak sesuai, risiko penyalahgunaan data pribadi, dan risiko barang tidak dikirim tepat waktu.

4. Kualitas Layanan

Menurut Tjiptono (2011:42) dalam sektor jasa, layanan pelanggan dapat diartikan sebagai kualitas total jasa yang dipersepsikan oleh pelanggan. Layanan pelanggan meliputi aktivitas untuk memberikan kegunaan waktu dan tempat, termasuk pelayanan pratransaksi, saat transaksi, dan pascatransaksi. Kegiatan pratransaksi akan turut mempengaruhi kegiatan saat dan pascatransaksi. Variabel kualitas layanan diukur dengan empat item pertanyaan yang dikembangkan oleh Mardhotillah, Choirini dan Saino (2013) diantaranya adalah website/akun yang digunakan penjual mudah diakses dan andal, kecepatan dalam transaksi, penjual cepat tanggap, pemberian informasi yang memadai.

3.8. Uji Instrumen Penelitian

Menurut Indriantoro dan Supomo (2011;179) ada dua konsep mengukur kualitas data yaitu validitas dan reliabilitas. Kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrument penelitian dapat dievaluasi melalui uji validitas dan reliabilitas. Pengujian tersebut masing-masing untuk mengetahui konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan dari penggunaan instrument.

3.8.1. Uji Validitas

Menurut Riduwan (2004:109) menjelaskan bahwa validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan

sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut Ghozali (2013:135). Dasar analisis yang digunakan dalam penelitian ini menurut Ghozali (2006:49) yaitu sebagai berikut:

1. Jika r hitung positif, serta r hitung $>$ r tabel maka butir atau variabel tersebut valid.
2. Jika r hitung negatif, serta hitung $<$ r tabel maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

3.8.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah jawaban yang diberikan responden dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Reliabilitas tiap butir pertanyaan dalam instrumen kuesioner akan diuji dengan menggunakan cronbach's alpha, instrumen yang dipakai dikatakan andal (*reliable*) jika memiliki nilai cronbach alpha lebih dari 0,6 (Ghozali, 2013; 137).

3.8.3. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel dalam penelitian ini. Alat analisis yang digunakan adalah rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum dan minimum. Statistik deskriptif menyajikan ukuran-ukuran numerik yang sangat penting bagi data sampel. Uji statistik deskriptif tersebut dilakukan dengan menggunakan program SPSS 15.

3.9. Uji Asumsi Klasik

Untuk dapat melakukan analisis regresi berganda perlu pengujian asumsi klasik sebagai persyaratan dalam analisis agar datanya dapat bermakna dan bermanfaat. Menurut Ghazali (2013; 136) dalam membuat uji asumsi klasik harus menggunakan data yang digunakan dalam uji regresi. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji Autokorelasi tidak digunakan karena data penelitian merupakan data primer dalam bentuk kuesioner dan tidak berhubungan dengan model data yang memakai rentang waktu.

3.9.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah populasi data distribusi normal atau tidak. Apabila analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi yang normal. Apabila data dari setiap variabel tidak normal, maka pengujian hipotesis tidak dapat menggunakan statistik parametris Sujarweni, (2015:120).

Pada penelitian ini, pengujian menggunakan alat uji one-sample Kolmogorov Smirnov Test, dengan kriteria uji (Santoso, 2010), Membandingkan nilai Kolmogorov-Smirnov menghitung dengan Kolmogorov-Smirnov tabel, dengan ketentuan:

1. Jika Kolmogorov-Smirnov hitung $<$ Kolmogorov-Smirnov tabel maka data berdistribusi normal
2. Jika Kolmogorov-Smirnov hitung $>$ Kolmogorov-Smirnov tabel, maka data tidak berdistribusi normal.

3.9.2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat apakah ada hubungan atau korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Metode yang digunakan untuk menguji terjadinya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau *variance inflation factor* (VIF) dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Jika nilai toleransi $< 0,10$ atau $VIF > 10$ maka dikatakan terdapat multikolinieritas
2. Jika nilai toleransi $> 0,10$ atau $VIF < 10$ maka dikatakan tidak terdapat multikolinieritas.

(Ghozali, 2013:105).

3.9.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* 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 terjadi heteroskedastisitas. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan 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 distudentized, dengan dasar analisis bahwa jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka

mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2013:139).

3.10. Teknik Analisis Data

3.10.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Di mana:

Y = Keputusan Pembelian Secara Online Melalui Instagram

a = konstanta

X₁ = Kepercayaan

X₂ = Keamanan

X₃ = Persepsi Risiko

X₄ = Kualitas Layanan

b_{1,2,3} = koefisien regresi variabel X_{1,2,3,4},

e = *error*

Dalam penelitian ini analisis regresi dilakukan untuk mengetahui pola hubungan antara variabel independen (kepercayaan, keamanan, persepsi risiko, dan kualitas layanan) dengan variabel dependen (keputusan pembelian secara online melalui instagram). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan model sebagai berikut :

Persamaan :

Keputusan Pembelian Secara Online Via Instagram (Y) = $\alpha + \beta_1$ Kepercayaan + β_2 Keamanan + β_3 Persepsi Risiko + β_4 Kualitas Layanan + e

3.11. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui menunjukkan seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2013; 146). Koefisien determinasi dapat dilihat pada nilai *Adjusted R Square* yang menunjukkan seberapa besar variabel independen (kepercayaan, keamanan, persepsi risiko, dan kualitas layanan) dapat menjelaskan variabel dependen (keputusan pembelian secara online via instagram).

Besarnya koefisiensi determinasi adalah 0 sampai dengan satu. Semakin tinggi nilai *Adjusted R Square* maka berarti semakin baik model regresi yang digunakan karena menandakan bahwa kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat juga semakin besar, demikian pula apabila yang terjadi sebaliknya.

3.12. Uji Hipotesis

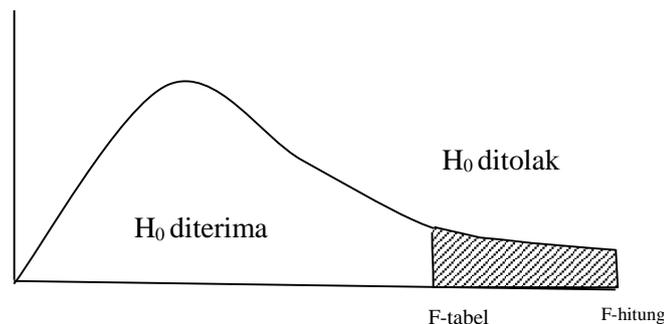
3.12.1. Uji F (Simultan)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2013; 144). Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_A diterima. Langkah-langkah pengujian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Merumuskan hipotesis (H_a)

H_0 , artinya secara serempak variabel kepercayaan, keamanan, persepsi risiko, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian secara online melalui instagram.

H_A , artinya variabel secara serempak variabel kepercayaan, keamanan, persepsi risiko, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian secara online melalui instagram. Kriteria penilaian hipotesis pada uji-F ini adalah :



Gambar 3.1
Kurva Uji F

Pada penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan F_{tabel} pada tingkat signifikan (α) = 5%.

- a) Terima H_0 bila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$
- b) Tolak H_0 (terima H_A) bila $F_{hitung} > F_{tabel}$

3.12.2. Uji t (Parsial)

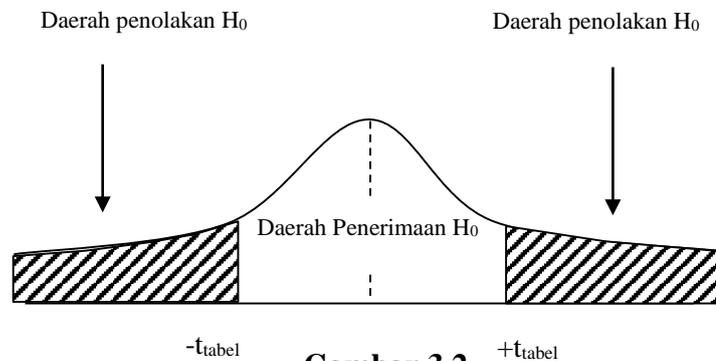
Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah setiap variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2013; 142). Bentuk pengujian:

Merumuskan Hipotesis (H_a)

H_0 artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari kepercayaan, keamanan, persepsi risiko, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian secara online via instagram.

H_A artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari kepercayaan, keamanan, persepsi risiko, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian secara online via instagram.

Kriteria pengambilan keputusan pada uji-t ini adalah :



Gambar 3.2
Kurva Uji t

Pada penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan t_{tabel} pada tingkat signifikan (α) = 5%.

- a) H_0 diterima jika : $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $\geq \alpha$ (0,05)
- b) H_A diterima jika : $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< \alpha$ (0,05)