

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2014;7) mengemukakan bahwa pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan penelitian yang menggunakan data berupa angka-angka hasil jawaban survei yang disebarkan ke sampel penelitian dan dianalisis menggunakan teknik analisis statistik. Pendekatan kuantitatif digunakan karena data yang digunakan dalam penelitian ini akan diolah dengan menggunakan statistik.

3.2. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, lokasi yang telah ditentukan adalah Kecamatan Kebomas. Alasan yang mendasari pemilihan lokasi tersebut dikarenakan masalah yang hendak dipecahkan atau fenomena yang akan diamati terjadi di lokasi tersebut.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari Sugiyono, (2010;115). Populasi yang dimaksud penelitian ini adalah konsumen atau pelanggan yang membeli produk di TOKOPEDIA.

3.3.2. Sampel

Menurut sugiyono (2012;81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *nonprobability* sampling dengan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*.

Menurut Sugiyono (2012:84) *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. *Accidental sampling* termasuk dalam metode *non probability sampling* (Sugiyono, 2018;123). *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.

Adapun penentuan jumlah sampel yang dikembangkan oleh Roscoe dalam Sugiyono (2015:131) adalah ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui, maka untuk memudahkan penentuan jumlah sampel yang diambil ditentukan dengan rumus Riduwan (2012:66) :

$$n = (0,25) \left(\frac{Z_{\alpha/2}}{\varepsilon} \right)^2$$

Dimana :

- n = jumlah sampel
- $Z_{\alpha/2}$ = nilai yang didapat dari tabel normal atas tingkat keyakinan
- ε = kesalahan penarikan sampel

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 95% maka nilai $Z_{\alpha/2}$ adalah 1.96. tingkat kesalahan penarikan sampel ditentukan 5% maka dari perhitungan tersebut dapat diperoleh sampel yang dibutuhkan yaitu :

$$n = (0,25) \cdot \left(\frac{1,96}{0,05}\right)^2 = 153,6$$

Jadi berdasarkan rumus diatas sampel yang diambil sebanyak 153,6 responden. Untuk memudahkan perhitungan maka dibulatkan menjadi 154 responden.

3.4. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan berupa jawaban subjek atas suatu pertanyaan. Oleh karena itu jenis data dalam penelitian ini adalah data subjek. Sujarweni (2015:88) data penelitian dapat digolongkan berdasarkan beberapa hal, salah satunya adalah sumber. Jika digolongkan berdasarkan sumber datanya, maka data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data yang bersumber langsung dari sumbernya, atau biasa disebut sebagai data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati, dan dicatat untuk pertama kalinya. Data primer dalam penelitian ini berupa jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden atas pertanyaan dalam kuesioner.

3.5. Teknik Pengambilan Data

Pada penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner yang berisi pertanyaan sebagai instrumen penelitian. Teknik kuesioner ini layak untuk diterapkan untuk tujuan mengumpulkan jawaban responden atas seperangkat

pertanyaan tertentu. Cara peneliti mengumpulkan data adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada subjek penelitian yang telah ditentukan sebelumnya. Kemudian peneliti meminta kesediaan subjek tersebut untuk menjadi responden dalam penelitian ini.

3.6. Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel

3.6.1. Identifikasi Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan, dengan memahami fenomena yang diteliti maka variabel yang ada didalam penelitian ini adalah :

1. Variabel bebas (*Independent Variable*) dengan simbol X, yaitu Orientasi Belanja (x_1), dan Kepercayaan *Online* (x_2), dan Persepsi Risiko (x_3),
2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*) dengan symbol Y, yaitu Minat Beli (Y).

3.6.2. Definisi Operasional Variabel

Untuk menghindari kesalahan presepsi terhadap variabel penelitian, berikut ini diberikan penjelasan mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Minat Beli (Y)

Adapun indikator minat beli meliputi:

- a. Kecenderungan seseorang untuk membeli produk di Tokopedia
- b. Kecenderungan seseorang untuk merekomendasikan produk di Tokopedia kepada orang lain.
- c. Menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk di Tokopedia.

- d. Menggambarkan perilaku seseorang dalam mencari informasi mengenai produk di Tokopedia

2. Orientasi Belanja (x_1)

Orientasi belanja diartikan sebagai penilaian responden terhadap konsep orientasi belanja sebagai gaya hidup berbelanja atau gaya berbelanja yang menempatkan penekanan pada aktivitas berbelanja. Adapun indikator orientasi belanja meliputi:

- a. Kesenangan seseorang ketika melakukan belanja di Tokopedia.
- b. Kesadaran seseorang terhadap merek/mode busana di Tokopedia.
- c. Kesadaran seseorang terhadap harga produk di Tokopedia.
- d. Kepercayaan seseorang terhadap kemampuan berbelanja di Tokopedia.
- e. Kesadaran seseorang terhadap kenyamanan dan waktu saat berbelanja di Tokopedia.
- f. Kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian dari rumah.
- g. Kesetiaan seseorang terhadap merek saat berbelanja di Tokopedia

3. Kepercayaan (x_2)

Kepercayaan diartikan sebagai penilaian responden terhadap aspek sentral dalam transaksi ekonomi. Adapun indikator kepercayaan meliputi:

- a. Keamanan pelanggan dalam berbelanja di Tokopedia.
- b. Kerahasiaan informasi pelanggan saat melakukan transaksi di Tokopedia.
- c. Keandalan Tokopedia sebagai penyedia *web-shopping*.

4. Persepsi Risiko (x_3)

Persepsi risiko diartikan sebagai penilaian responden terhadap potensi hasil negatif yang tidak pasti dari transaksi berbelanja. Adapun indikator persepsi risiko meliputi:

- a. Kekawatiran akan menghadapi kesulitan dalam hal dana saat berbelanja di Tokopedia.
- b. Kekawatiran terhadap fungsi yang berkaitan dengan dampak negatif yang timbul saat konsumen berbelanja di Tokopedia.
- c. Kekawatiran konsumen terhadap produk yang menyebabkan bahaya fisik tertentu.
- d. Kekawatiran terjadi dampak negatif apabila membeli produk tersebut.
- e. Kekawatiran terhadap keputusan akan menghabiskan banyak waktu.

3.6.3. Pengukuran Variabel

Keseluruhan variabel yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya akan diukur dengan skala likert. Penggunaan skala likert juga digunakan pada penelitian sebelumnya (Wilopo, 2006; Thoyibatun, 2012; dan Mustika, dkk. 2016). Menurut para ahli, pengukuran ini merupakan pengukuran yang ideal dalam hal rentang skalanya. Skala likert dapat dijelaskan secara lebih terperinci dalam tabel berikut :

Tabel 3.1
Skala Likert

Pilihan	Arti	Interval
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sujarweni (2015:99)

3.7. Teknik Analisis Data

Serangkaian prosedur statistik akan dijalankan oleh peneliti untuk menganalisis data penelitian yang telah dikumpulkan. Alat yang digunakan untuk menganalisis data tersebut adalah *Software Statistical Package for Social Science* (SPSS). Bagian berikutnya menjelaskan secara lebih terperinci mengenai pengujian data dalam penelitian ini.

3.7.1. Uji Validitas

Ghozali (2013:51) mendefinisikan uji validitas sebagai alat untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Korelasi *bivariate* antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk digunakan untuk mengukur validitas dalam penelitian ini.

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan dengan bantuan program SPSS dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlations*) dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dikatakan valid (Ghozali, 2013:53). Sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel maka pertanyaan tersebut tidak valid. r tabel didapat dari taraf signifikansi (α) sebesar 5% (0,05) dengan derajat bebas atau *degree of freedom* (df) menggunakan rumus berikut :

$$df = n - 2$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

2 = *two tail test*

3.7.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013:47). Jika jawaban terhadap indikator-indikator acak, maka dapat dikatakan bahwa tidak *reliable*.

Pengukuran reliabilitas *One Shot* atau pengukuran sekali saja digunakan dalam penelitian ini. Pengukuran hanya dilakukan sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ (Nunnaly, 1967 dalam Ghozali, 2006). Jika nilai $\text{Alpha} < 60\%$ hal ini mengindikasikan ada beberapa responden yang menjawab tidak konsisten dan harus kita lihat satu persatu jawaban responden yang tidak konsisten harus dibuang dari analisis dan alpha akan meningkat.

3.7.3. Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda untuk menguji hipotesis. Oleh karena itu, diperlukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik terdiri dari : uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas yang dilakukan dengan bantuan *software* SPSS.

3.7.3.1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pen

ganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2013:160). Pengujian dengan menggunakan uji statistik *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* (K-S). Jika nilai probabilitas signifikansi K-S lebih besar dari 0,05, maka data berdistribusi normal (Ghozali, 2013;168).

3.7.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Ghozali, 2013:105). Multikolinearitas dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi. Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF > 10 (Ghozali, 2013:106).

3.7.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013: 139), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *Variance* dari residual satu pengamat ke pengamat yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamat ke

pengamat lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model regresi homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran.

Menurut Ghozali (2013: 142) salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji Glejser. Uji Glejser mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Hasil probabilitas dikatakan signifikan jika nilai signifikansi diatas tingkat kepercayaan 5%.

3.7.4. Uji Hipotesis

3.7.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis statistik regresi linier berganda untuk menghubungkan satu variabel dependen dengan beberapa variabel independen. Dalam penelitian ini analisis regresi dilakukan untuk menunjukkan arah hubungan variabel independen yaitu Orientasi Belanja, Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Pengalaman Pembelian terhadap Minat Beli. Persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Dimana :

Y = Minat Beli

α = Konstanta

$\beta_1 - \beta_3$ = Koefisien Regresi

X₁ = Orientasi Belanja

X₂ = Kepercayaan

X₃ = Persepsi Risiko

ϵ = Error

Perhitungan menggunakan metode statistik yang dibantu dengan program SPSS. Setelah hasil persamaan regresi diketahui, akan dilihat tingkat signifikansi masing-masing variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen.

3.7.4.2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dapat dilihat pada nilai *Adjusted R Square* yang menunjukkan seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel independen. 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.

3.7.4.2. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Untuk menguji masing-masing variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen secara parsial dengan menentukan derajat kepercayaan 95% ($\alpha=0,05$). Hipotesis dalam Uji t yaitu:

H0 : Variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y

H1 : Variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y

Adapun kriteria pengambilan keputusan pada uji-t ini adalah dengan cara melihat nilai signifikansi dari hasil output SPSS.

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H0 ditolak dan H1 diterima
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H0 diterima dan H1 ditolak