

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Menurut Sugiyono (2013: 13). Penelitian kuantitatif menitikberatkan pada pengujian hipotesis dengan menggunakan data-data primer yang terukur dan menggunakan metode analisis statistik sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasi.

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian dengan pendekatan kuantitatif adalah menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan dan pengaruh serta perbandingan antar variabel, member deskripsi statistik, menafsirkan dan meramalkan hasilnya (Siregar, 2013:30)

3.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di kabupaten Gresik, Provinsi Jawa Timur, Indonesia.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Sugiyono (2011;80) menyatakan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli pada situs online shopee di Indonesia yang tidak diketahui jumlahnya.

3.3.2. Sampel

Sugiyono (2013:81) menyatakan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut (Sugiyono, 2008). Karena populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya, maka digunakan rumus *lemeshow* untuk mengetahui jumlah sampel. Berikut rumus *lemeshow* menurut Ridwan dan Akdon (2010)

$$n = \frac{Z\alpha^2 x P x Q}{L^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

Z_{α} = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\% = 1.96$

P = Prevalensi outcome, karena data belum didapat, maka dipakai 50%

Q = $1 - P$

L =Tingkat ketelitian 10%

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times (0,5)}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasar rumus di atas, maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden.

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan metode non-probability sampling. Non-probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2014:116). Teknik yang digunakan adalah *accidental samping*. Menurut sugiyono (2009:85), Accidental Sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.4. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dengan cara melakukan survei kuesioner kepada responden yang memiliki karakteristik sesuai dengan populasi yang ditentukan di dalam penelitian ini. Kuesioner tersebut digunakan untuk memperoleh data-data mengenai tanggapan responden tentang variabel-variabel yang diteliti. Sugiyono (2013;137) mengemukakan data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dikumpulkan oleh peneliti dari lapangan atau obyek penelitian sesuai dengan variabel yang diteliti kemudian diolah. Menurut Indriantoro dan Supomo (2013: 146-147) data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli,

3.5. Teknik Pengambilan Data

Dalam pengukurannya, variabel penelitian ini menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengatur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2008). Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dimana responden dalam menentukan jawaban dengan mengikuti pertanyaan-pertanyaan yang sebelumnya disusun melalui indikator-indikator yang ditentukan. Jawaban setiap indikator instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari nilai tertinggi sampai nilai yang terendah.

Pada penelitian ini, jawaban responden diberi skor sebagai berikut :

Tabel 3.1
Skor Kuesioner

No.	Sikap Responden	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Ragu-ragu	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Sumber: Ghozali, 2012: 47

3.6. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel atau *construct* dengan cara memberikan arti atau menspesifikan kegiatan dalam bentuk operasional pengukuran terhadap variabel tersebut, sehingga dapat dikatakan bahwa definisi operasional akan meliputi batasan dan ukuran dari suatu variable sehingga dapat diuji kebenarannya. Uraian jenis variable beserta definisi operasionalnya dikemukakan pada bagian berikutnya.

Tabel 3.2
Tabel Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
<i>Online Trust</i>	Responden percaya dan bersedia menerima kelemahan dalam transaksi online.	Menurut Ling et al. (2010), indikator kepercayaan online sebagai berikut: 1. Security 2. Privacy 3. Reliability
<i>Prior Online Purchase Experience</i>	Responden setuju bahwa Pengalaman membeli sebelumnya secara online dapat berpengaruh di masa mendatang.	Menurut Kwek, Lau dan Tan (2010), indikator prior online purchase experience adalah sebagai berikut: 1. Berpengalaman 2. Nyaman 3. Mudah digunakan
Promosi	Kegiatan mengkomunikasikan produk dan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian	Menurut Kotler (Rosvita, 2010:28), indikator yang mencirikan promosi yaitu: 1. Jangkauan promosi 2. Kuantitas iklan 3. Informasi
<i>Online Repurchase Intention</i>	Responden setuju untuk melakukan pembelian secara online	Menurut Bulut (2015), (Bhattacharjee, 2001) & Devaraj, Fan, dan Kohli, 2002) <i>online repurchase intention</i> memiliki indikator sebagai berikut 1. Keinginan konsumen mengunjungi kembali 2. Merekomendasi 3. Menggunakan secara intens

3.7. Teknik Analisis Data

Teknik pengambilan data penelitian ini dengan metode angket (kuesioner). Kuesioner yaitu memperoleh data dengan cara mengajukan daftar pertanyaan tertulis secara lengkap tentang masalah yang akan dibahas, tentang *Online Trust, Prior Online Purchase Experience* dan Promosi Terhadap *Online Repurchase Intention* di *Shopee.co.id*

3.7.1. Uji Instrumen

3.7.1.1 Uji Validitas

Sugiyono (2013;121) menyatakan validitas adalah instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid menunjukan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

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, 2012:53)

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*

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana alat ukur dan hasil pengukuran dapat diandalkan dan dipercaya. Sugiyono (2013;121) menyatakan reliabilitas adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini digunakan dengan bantuan program SPSS dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja dengan kriteria bahwa variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$ (Nunnally dalam Ghozali, 2013;48).

3.7.2. Uji Asumsi Klasik

Uji mendapatkan model regresi yang baik harus terbebas dari penyimpangan data yang terdiri dari normalitas, heterokedastisitas, multikolinieritas. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah estimasi telah memenuhi kriteria ekometrik, dalam arti tidak terjadi penyimpangan yang cukup serius dari asumsi-asumsi yang diperlukan.

3.7.2.1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2012: 160) uji normalitas bertujuan untuk mengetahui dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai kontribusi atau tidak. Model regresi yang baik adalah data distribusi normal, yaitu dengan menggunakan uji *kolomogrov smirnov*. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data berdistribusi normal atau tidak adalah dengan menilai

signifikansinya. Jika signifikansi lebih besar dari 5% ($>0,05$), maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikansi kurang dari 5% ($<0,05$) maka variabel tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2015:225)

3.7.2.2. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2012: 139) menyatakan uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Menurut Ghozali (2013:142) salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji Glejser. Uji glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolute residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3.7.2.3. Uji Multikolinearitas

Ghozali (2012: 105) menyatakan bahwa uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Deteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dibagi menjadi 2, yaitu:

- a. Besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*. Pedoman suatu model regresi bebas multikolinieritas adalah mempunyai nilai VIF < 10 dan

- b. mempunyai nilai Tolerance > 0,10.
- c. Besaran korelasi antar variabel independen yang cukup tinggi (umumnya di atas 0,90), maka hal ini merupakan adanya multikolinieritas.

3.7.3. Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah analisis berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis tentang antara hubungan dua variabel bebas atau lebih secara bersama-sama dengan suatu variabel tergantung. Penggunaan analisis regresi berganda karena pada penelitian ini memiliki 3 variabel bebas.

Berikut ini adalah persamaan regresi berganda yang digunakan:

$$Y = \alpha + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = *Online Repurchase Intention*

a = Nilai Konstanta

b = Koefisien Regresi

e = *Standart Error*

X_1 = Variabel *Online Trust*

X_2 = Variabel *Prior Online Purchase Experience*

X_3 = Variabel Promosi

Hasil regresi yang diperoleh kemudian dilakukan pengujian untuk mengetahui apakah koefisien regresi yang diperoleh mempunyai pengaruh yang signifikan

atau tidak, secara parsial dan mengetahui pula seberapa besar pengaruhnya.

3.7.4. Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2013;97) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai Adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.

3.7.5. Uji Hipotesis

3.7.5.1. Uji Partial (Uji t)

Menurut Ghozali (2012: 98) Uji t-test digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial.

Ada beberapa langkah dalam menguji hipotesis ini dimulai dengan menetapkan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a), pemilihan tes statistik dan perhitungannya, menetapkan tingkat signifikansi, dan penetapan kriteria pengujian. Sebelum pengujian dilakukan maka terlebih dahulu harus ditentukan taraf signifikansinya. Hal ini dilakukan untuk membuat suatu rencana pengujian agar diketahui batas-batas untuk menentukan pilihan antara hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a).

Taraf signifikansi yang dipilih dan ditetapkan dalam penelitian ini adalah $0,05$ ($\alpha = 0,05$) dengan tingkat kepercayaan sebesar 95%. Angka tersebut dipilih karena dapat mewakili hubungan variabel yang diteliti dan merupakan taraf signifikansi yang sering digunakan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2017:95) kriteria uji signifikansi yang digunakan adalah:

1. Jika taraf signifikansinya $< (\alpha = 0,05)$, maka H_0 ditolak dan H_a di terima. artinya terdapat pengaruh signifikansi antara satu variabel bebas (*dependen variabel*) terhadap variabel terikat (*independent variabel*).

2. Jika taraf signifikansinya $> (\alpha = 0,05)$, maka H_0 diterima dan H_a di tolak.
Artinya tidak terdapat pengaruh signifikansi antara satu variabel bebas (*dependen variabel*) terhadap variabel terikat (*independent variabel*)

