

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Metode kuantitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk penelitian ini. Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2016:2). Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, menggunakan instrumen penelitian untuk pengumpulan data, menganalisis data kuantitatif dan statistik, dan bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah diciptakan (Sugiyono, 2017:8). Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif artinya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2012:11).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah umum yang terdiri atas objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:80). Populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian, yang artinya populasi adalah individu yang memiliki sifat yang sama walaupun prosentase kesamaan yang sedikit, atau seluruh individu yang akan dijadikan sebagai obyek penelitian (Arikunto, 2013:173). Pada penelitian ini populasi penelitian adalah Mahasiswa Universitas Muhammdiyah Gresik yang pernah melakukan pembelian menggunakan situs jual

beli *online* Shopee. Universitas Muhammdiyah Gresik memiliki 5.873 mahasiswa serta 32 jurusan. (AyoKuliah.id, 2015)

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Jika populasinya besar dan tidak mungkin untuk mempelajari semuanya, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi (Sugiyono, 2016:149). Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk di pilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017:142). Teknik *purposive sampling* digunakan untuk pengambilan sampel dengan kriteria berikut ini: mahasiswa universitas muhammadiyah gresik, mahasiswa yang menggunakan situs jual beli *online* Shopee. Karena populasi yang relatif besar maka dilakukan pengambilan sampel untuk lebih mempermudah.

Dari kutipan Sugiyono (2015:164) metode dalam menentukan sampel sebagai berikut :

1. 30 sampai 500 merupakan ukuran sampel yang baik dalam suatu penelitian.
2. Jumlah anggota sampel minimal 30 untuk setiap kategori apabila sampel tersebut dibagi menjadi beberapa kategori.
3. Apabila dalam penelitian ingin melakukan suatu analisis regresi berganda atau korelasi maka untuk jumlah anggota sampel harus minimal 10 dari setiap variabel yang di teliti.

Terdapat 4 variabel independen dan 1 variabel dependen dan untuk penelitian yang sederhana bisa menggunakan sekitar 10-20 anggota bagi masing-

masing variabel. Sampel yang ditentukan adalah 20 responden untuk setiap variabel. Maka $5 \text{ variabel} \times 20 \text{ responden} = 100 \text{ responden}$. Dari perhitungan yang sudah dilakukan tersebut jumlah sampel yang akan diambil dari mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik yang melakukan pembelian atau pernah melakukan pembelian melalui Shopee yaitu sebanyak 100 responden. Karena 100 responden dapat mewakili seluruh populasi yang relatif besar dengan teknik pengambilan sampel dengan kriteria tertentu. Selain itu keterbatasan dana, waktu dan tenaga untuk mempelajari seluruh populasi menjadi alasan dilakukannya pengambilan sampel.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2012:139) data primer adalah sumber data yang menyediakan data secara langsung kepada pengumpul data. Menurut Arikunto (2013:172) data primer adalah data yang dikumpulkan melalui pihak pertama, biasanya dapat melalui wawancara, jejak dan lain-lain. Data penelitian ini diambil dari jawaban yang telah responden berikan.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan penelitian berasal dari data konsumen yang melakukan pembelian di Shopee.

3.4 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara

peneliti memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan yang tertulis untuk dijawab oleh responden (Sugiyono, 2014:230). Dalam penelitian ini, responden akan diberikan pertanyaan terkait variabel yang ada di dalam penelitian ini mulai dari Harga, Kepercayaan, Kualitas Informasi, Persepsi Risiko dan Keputusan Pembelian Shopee Y. Peneliti membuat kuesioner dengan memanfaatkan *Google form*, menyebarkan kuesioner secara *online* melalui grup *Whatsapp* pada mahasiswa universitas muhammadiyah gresik yang menggunakan Shopee.

3.5 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel

3.5.1 Definisi Operasional Variabel

Berikut ini definisi operasional variabel didalam penelitian :

1. Harga (X1)

Menurut Kotler dan Amstrong (2012) harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Dalam penelitian ini harga diartikan sebagai nilai yang dapat dijangkau oleh konsumen dan bisa bersaing dengan situs jual beli *online* lainnya. Harga tersebut ditetapkan oleh pihak Shopee. Indikator harga menurut Kotler dan Amstrong (2012:278) :

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 3) Daya saing harga
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat

2. Kepercayaan (X2)

Menurut Siagian dan Cahyono (2014) kepercayaan merupakan keyakinan dari salah satu pihak mengenai maksud dan perilaku yang ditujukan kepada pihak yang lainnya. Menurut Priansa (2017:115) menurut kesimpulan yang dibuat

dan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen, kepercayaan meliputi objek, atribut, dan manfaat.

Dalam penelitian ini kepercayaan diartikan sebagai keyakinan pada pihak lain akan terpenuhinya harapan dan kepuasan. Indikator kepercayaan menurut Mayer (2010) yaitu :

- 1) Kemampuan
 - 2) Kesungguhan
 - 3) Integritas
3. Kualitas Informasi (X3)

Menurut Sutabri (2012:33) kualitas dari suatu informasi bergantung dari 3 hal, yaitu :

1. Akurat, informasi tidak menyesatkan dan bebas dari kesalahan serta dapat dengan jelas mencerminkan maksudnya.
2. Tepat Waktu, tidak boleh ada keterlambatan dalam datangnya informasi kepada penerima.
3. Relevan, pemakai mendapatkan manfaat dari informasi tersebut. Relevansi informasi untuk setiap orang berbeda.

Dalam penelitian ini kualitas informasi diartikan sebagai pemberian informasi yang akurat dan jelas. Tidak hanya itu informasi juga tepat waktu dan bermanfaat bagi penerima informasi. Indikator Kualitas informasi menurut Barnes dan Vidgen Dikutip oleh Riyadi, 2014:4) yaitu :

- 1) Mudah dipahami
- 2) Terpercaya
- 3) Sesuai dengan kebutuhan

4. Persepsi Risiko (X4)

Menurut Sciffman dan Kanuk (2010) persepsi risiko adalah perkiraan keputusan yang diambil dapat menimbulkan dampak yang dirasakan oleh seseorang. Menurut Sciffman dan Joseph (2015:143) persepsi risiko adalah ketidakpastian yang harus dihadapi pelanggan karena mereka tidak dapat melihat konsekuensi yang ada dari keputusan pembelian yang mereka lakukan.

Dalam penelitian ini persepsi risiko diartikan sebagai pemikiran tentang berbagai kemungkinan yang akan konsumen alami saat melakukan pembelian secara *online*. Kemungkinan yang baik atau bisa saja kemungkinan yang buruk. Indikator persepsi risiko menurut Pavlou (Dikutip oleh Mulyana, 2016:27) yaitu :

- 1) Mengalami kerugian
- 2) Ada risiko tertentu
- 3) Pemikiran mengenai risiko

5. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Kotler dan Amstrong (2016:177) mendefinisikan keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Dalam penelitian ini keputusan pembelian diartikan sebagai penentuan untuk melakukan pembelian dengan berbagai dorongan yang mendukung penentuan keputusan tersebut. Indikator keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2012:479) yaitu :

- 1) Pemilihan produk
- 2) Pemilihan merek brand
- 3) Pemilihan saluran pembelian
- 4) Penentuan waktu pembelian
- 5) Jumlah pembelian
- 6) Metode pembayaran

3.5.2 Pengukuran Variabel

Alat bantu angket digunakan dalam penelitian ini untuk diisi oleh responden. Skala Likert digunakan untuk pengukuran kuesioner dengan checklist sebagai bentuk pilihannya. Sugiyono (2016:168) menyatakan bahwa skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban merupakan Skala Likert dan dengan rincian berikut ini :

1. Jawaban Sangat Setuju : Skor 5
2. Jawaban Setuju : Skor 4
3. Jawaban Ragu-Ragu :Skor 3
4. Jawaban Tidak Setuju : Skor 2
5. Jawaban Sangat Tidak Setuju : Skor 1

3.6 Uji Instrumen

Instrumen yang dipakai dalam penelitian ini dengan menggunakan kuisisioner dalam mengumpulkan data primer. Sebelum kuisisioner dipakai untuk analisis selanjutnya, harus dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terlebih dahulu dengan menggunakan SPSS.

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji jawaban dari responden yang mengisi kuesioner cocok digunakan untuk penelitian atau tidak. Jika Valid berarti instrumen dapat digunakan untuk mengukur apa yang harus diukur (Sugiyono, 2016:203).

Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Jika r hitung $>$ r tabel (Sig. 5%) maka data tersebut dinyatakan valid. Jika r hitung $<$ r tabel (Sig. 5%) maka data tersebut dinyatakan tidak valid. r tabel di dapatkan dari rumus berikut :

$$df = n - 2$$

keterangan :

n = jumlah sampel

2 = *two tail test*

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan setelah kuesioner dinyatakan valid. Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat apakah kuesioner memiliki konsistensi jika pengukuran dilakukan dengan kuesioner tersebut secara berulang. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh item kuesioner dalam suatu variabel penelitian. Menurut Sugiyono (2016:203) reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya serta memberikan hasil yang tidak berbeda walau dilakukan uji kembali.

Menurut Sujarweni (2015:192), kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* $>$ 0,6. Menggunakan program SPSS untuk pengukurannya.

3.7 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini erat kaitannya dengan penelitian kuantitatif. Karena apabila hasil uji asumsi klasik tidak sesuai harapan maka akan ada tindakan selanjutnya.

3.7.1 Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2016:154) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Data yang berdistribusi normal adalah data yang baik. Penelitian ini menggunakan uji normalitas kolmogrov-smirnov.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji Normalitas kolmogrov-smirnov dengan spss. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data penelitian berdistribusi normal. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Terjadi atau tidaknya interkorelasi (hubungan yang kuat) antar variabel independen dapat diketahui dengan menggunakan Uji multikolinearitas. Model regresi yang baik ditandai dengan tidak terjadinya interkorelasi antar variabel independen atau tidak terjadi gejala multikolinearitas. salah satu cara paling akurat untuk mendeteksi gejala multikolinearitas adalah dengan menggunakan metode *Tolerance* dan *VIF (Variance Inflation Factor)*.

Jika nilai *Tolerance* $> 0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas dan jika nilai *VIF* $< 10,00$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas.

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya kesamaan varian dari nilai residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Salah satu penyebab model regresi linear tidak efisien dan akurat adalah Heteroskedastisitas karena tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan saat uji regresi linear. Salah satu cara akurat untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah Uji glejser. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan variabel independen dengan nilai residualnya.

Dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas jika nilai signifikansi (Sig.) antara variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2016:192) analisis regresi linier berganda merupakan regresi dengan satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen.

Berikut ini persamaan analisis regresi linear berganda :

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

Keterangan :

Y = variabel terikat (keputusan pembelian)

a = konstanta

b₁, b₂, b₃, b₄ = koefisien variabel bebas (harga, kepercayaan, kualitas informasi, persepsi risiko)

X₁, X₂, X₃, X₄ = variabel bebas (harga, kepercayaan, kualitas informasi, persepsi risiko)

e = error

3.8.2 Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Ghozali (2013:97) koefisien determinasi (R²) pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Antara nol dan satu adalah nilai koefisien determinasi. Jika nilai R² kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbatas. Jika nilai mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Kelemahan penggunaan koefisien determinasi adalah bisa terdapat jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Karena itu lebih dianjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R² pada saat evaluasi mana model regresi terbaik.

3.9 Uji Hipotesis

Uji hipotesis berfungsi untuk mengetahui korelasi antara dua atau lebih variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini adalah pengaruh harga, kepercayaan, kualitas informasi, dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian melalui situs jual beli *online* Shopee. Menurut Sugiyono (2014:159) hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Kebenaran hipotesis harus dibuktikan melalui data yang terkumpul. Uji hipotesis menggunakan statistik uji t dan uji F. Disajikan dalam bentuk angka dan tabel metode statistik.

Uji hipotesis penelitian ini menggunakan uji t. Uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Tahapan uji t sebagai berikut :

1. Merumuskan hipotesis statistik

$H_0 : b_1, b_2, b_3, b_4 = 0$ artinya variabel harga (X_1), kepercayaan (X_2), kualitas informasi (X_3), persepsi risiko (X_4) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) melalui situs jual beli *online* Shopee

$H_a : b_1, b_2, b_3, b_4 \neq 0$ artinya variabel harga (X_1), kepercayaan (X_2), kualitas informasi (X_3), persepsi risiko (X_4) tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) melalui situs jual beli *online* Shopee

2. Menentukan Signifikansi

Menggunakan signifikansi (α) sebesar 5% (0,05) dengan pengujian *2-tailed* dengan *degree of freedom* (df)

$$df = n - 2$$

keterangan :

n = jumlah sampel

2 = *two tail test*

3. Dasar Pengambilan Keputusan

- 1) Apabila t hitung $>$ t tabel atau nilai signifikansi $<$ 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh
- 2) Apabila t hitung $<$ t tabel atau nilai signifikansi $>$ (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh