

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yaitu mengumpulkan, mengolah, menyederhanakan, menyajikan, dan menganalisis data secara kuantitatif (angka-angka), serta secara deskriptif (uraian kalimat) agar dapat memberikan gambaran yang jelas tentang masalah yang diteliti yaitu melihat sejauh mana pengaruh privasi, keamanan, kepercayaan, dan pengalaman terhadap niat untuk bertransaksi secara *online*. Pengolahan data dibantu dengan *Microsoft Excel* dan program *SPSS for Windows*.

3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.2.1 Populasi.

Menurut penelitian Hadi (2000) populasi adalah sejumlah individu yang akan menjadi sasaran generalisasi dari sampel penelitian. Penelitian Hadi (2000) mengemukakan bahwa populasi dibatasi sebagai sejumlah penduduk atau individu yang paling sedikit mempunyai satu sifat yang sama. Menurut Sugiyono (2013) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik simpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Sahid Surakarta.

3.2.2 Sampel.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Sahid Surakarta yang sudah pernah bertransaksi pada situs shopee secara *online* lebih dari tiga kali.

3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.

Pengambilan sampel (*sampling method*) terhadap responden ditentukan menggunakan rumus (Purba dalam Nancy, 2005):

$$n = \frac{(Z^2)}{4(moe)^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

Z : Tingkat keyakinan yang dalam penentuan sampel 95% = 1,96

moe : *Margin of error* atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi, disini ditetapkan sebesar 10%

Berdasarkan rumus tersebut, sampel yang dapat diambil dari populasi adalah sebanyak 96,04, atau jika dibulatkan banyaknya sampel adalah sebesar 100 responden.

3.3. Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder.

3.3.1 Data Primer.

Menurut Sugiyono (2013) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, di mana data tersebut diperoleh melalui kuesioner dan wawancara. Data primer diperoleh secara langsung di lapangan dari hasil pengisian kuesioner dengan 100 responden, meliputi data identitas responden (nama, umur, jenis kelamin), serta tanggapan yang berkaitan dengan faktor kepercayaan, kenyamanan, pengalaman dan kemudahan. Responden adalah orang yang melakukan belanja secara *online* dan telah melakukan transaksi pembelian minimal sebanyak tiga kali.

3.3.2 Data Sekunder.

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari jurnal, buku, serta penelitian terdahulu yang menjadi informasi atau data-data yang berkaitan dengan penelitian berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip, baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2008).

3.4.1 Metode Pengumpulan Data Kuesioner.

Data penelitian dikumpulkan dengan membagikan kuesioner kepada responden yang terpilih. Kuesioner merupakan cara mendapatkan data melalui daftar pernyataan yang diberikan kepada responden, kemudian hasil (jawaban) akan dianalisis sebagai bahan penelitian.

3.4.2 Teknik Penentuan Skor.

Menurut penelitian Sugiyono (2008) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan *skala likert*, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Untuk setiap item pernyataan diberi skor 1 sampai dengan 5, yaitu:

- a. Skor 5 untuk “Sangat Setuju (SS)”
- b. Skor 4 untuk “Setuju (S)”
- c. Skor 3 untuk “Kurang Setuju (KS)”
- d. Skor 2 untuk “Tidak Setuju (TS)”
- e. Skor 1 untuk “Sangat Tidak Setuju (STS)”

3.5. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

3.5.1 Variabel Dependen.

Menurut Sugiyono (2013) variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat konsumen berbelanja *online*.

Transaksi secara *online* merupakan kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *service providers* dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan komputer (*computer networks*) yaitu internet. Penggunaan sarana internet merupakan suatu kemajuan teknologi yang dapat dikatakan menunjang secara keseluruhan spektrum kegiatan komersial.

3.5.2 Variabel Independen.

Menurut Sugiyono (2013) variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Kepercayaan (X₁)

Kepercayaan pembeli terhadap *website online shopping* terletak pada popularitas *website online shopping*. Semakin popularitas suatu *website*, maka pembeli lebih yakin dan percaya terhadap reliabilitas *website*. Kepercayaan pembeli terhadap penjual *online* terkait dengan keandalan penjual *online* dalam menjamin keamanan bertransaksi dan meyakinkan transaksi akan diproses setelah pembayaran dilakukan oleh pembeli. Indikator kepercayaan konsumen terhadap perusahaan atau penjual adalah: kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*Benevolence*), dan Integritas (*integrity*).

b. Kenyamanan (X₂)

Kenyamanan dan perasaan nyaman adalah penilaian komprehensif seseorang terhadap lingkungannya. Manusia menilai kondisi lingkungan

berdasarkan rangsangan yang masuk ke dalam dirinya melalui keenam indera melalui syaraf dan dicerna oleh otak untuk dinilai. Dalam hal ini yang terlibat tidak hanya masalah fisik biologis, namun juga perasaan. Suara, cahaya, bau, suhu dan lain-lain rangsangan ditangkap sekaligus, lalu diolah oleh otak.

c. Pengalaman (X₃)

Terdapat tiga tingkat pengambilan keputusan oleh konsumen dari usaha yang paling tinggi ke usaha yang paling rendah, yaitu: *extensive problem solving*, *limited problem solving*, dan *routinized response behavior*. Kepercayaan merupakan hal yang paling utama saat membangun sebuah bisnis. Dalam suatu transaksi bisnis antara kedua belah pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai.

d. Kemudahan (X₄)

Kemudahan penggunaan teknologi tergantung pada tingkat kepercayaan seseorang bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan sistem yang digunakan dapat dengan mudah dipahami, dioperasikan dan digunakan

3.6. Metode Analisis Data

3.6.1 Uji Instrumen.

Uji instrumen yaitu alat bantu yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi kuantitatif tentang variabel yang sedang diteliti. Dalam teknik pengujian data ini digunakan dua uji yaitu:

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2012). Korelasi *Product Momen* dilakukan dengan bantuan SPSS. Hasil perhitungan yang diperoleh selanjutnya dibandingkan dengan angka kritis tabel korelasi pada taraf signifikansi 5%. Jika hasil perhitungan korelasi *Product Momen* sama dengan atau lebih besar dari nilai r pada angka kritis, maka pernyataan tersebut dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan sebagai alat pengumpulan data. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil. Apabila data memang benar sesuai dengan kenyataan, maka berapa kali pun diambil tetap sama. Untuk mengetahui reliabilitas kuesioner dilakukan dengan teknik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ (Ghozali, 2012).

3.6.2 Uji Asumsi Klasik.

Untuk mendapatkan ketepatan model yang akan dianalisis, perlu dilakukan pengujian atas beberapa persyaratan asumsi klasik yang mendasari model regresi. Beberapa langkah untuk menguji model yang akan diteliti, antara lain:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Hasil pengujian dibandingkan dengan nilai signifikan 5% atau 0,05 menggunakan uji *Kolmogorof Smirnov*. Apabila nilai signifikan $> 0,05$, maka menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Apabila nilai signifikan $< 0,05$, maka menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2012).

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2012) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Pedoman yang digunakan untuk memprediksi atau mendeteksi ada tidaknya gejala heteroskedastisitas tersebut dilakukan dengan cara melihat pola gambar scatterplots dengan ketentuan :

1. Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.
2. Titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.
3. Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola berkelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
4. Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dapat diketahui dengan melihat *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *tolerance* di mana jika nilai $VIF < 10$ dan $tolerance > 0,10$, maka model regresi bebas multikolinieritas (Ghozali, 2012).

Batas *VIF* yang digunakan untuk menyimpulkan apakah terjadi multikolinieritas atau tidak adalah 10 dan batas *tolerance* mendekati angka 1. Apabila hasil analisis menunjukkan nilai *VIF* di bawah 10 dan mendekati 1, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

3.6.3 Uji Hipotesis

Untuk pengujian hipotesis, peneliti menggunakan analisis regresi linear berganda melalui uji statistik F dan uji statistik t. Analisis regresi ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap dependen secara parsial atau simultan serta untuk mengetahui persentase dominasi variabel independen terhadap variabel dependen.

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (privasi, keamanan, kepercayaan, dan pengalaman) terhadap variabel terikat (transaksi secara *online*). Adapun rumus umum dari regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y : Minat konsumen berbelanja online

a : Konstanta

X₁ : Kepercayaan

X₂ : Kenyamanan

X₃ : Pengalaman

X₄ : Kemudahan

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$: Koefisien arah regresi

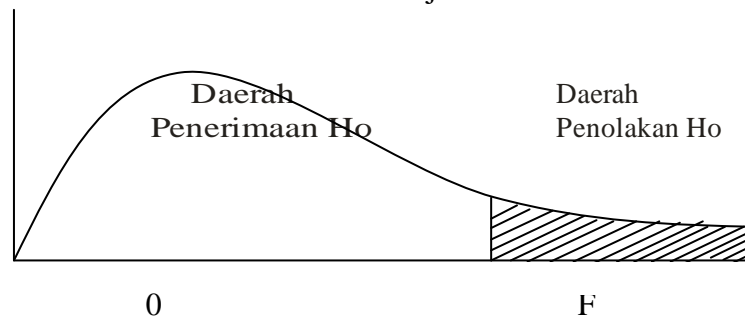
e : *error*

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat (Ghozali, 2012). Uji ini dihitung dengan derajat keyakinan *level significance* $\alpha=5\%$, yaitu:

1. $H_0 : \beta \leq 0 \Rightarrow H_0$ diterima (H_1 ditolak), artinya tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel independent privasi, keamanan, kepercayaan, dan pengalaman.
2. $H_1: \beta \geq 0 \Rightarrow H_0$ ditolak (H_1 diterima), artinya ada pengaruh yang positif dan signifikan antara privasi, keamanan, kepercayaan, dan pengalaman.

Gambar 3.1
Gambar Kurva Uji F



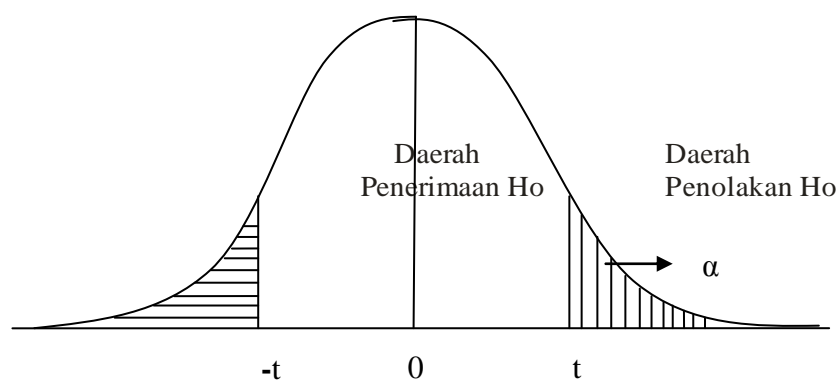
- a. Apabila probabilitas $F \geq 0,05$, maka H_0 diterima H_1 ditolak.
- b. Apabila probabilitas $F < 0,05$, maka H_0 ditolak H_1 diterima.

c. Uji t (Uji Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2012). Pengujian ini dihitung menggunakan derajat keyakinan *level significance* $\alpha=5\%$, dengan ketentuan:

1. Apabila besarnya nilai *sig t* lebih besar dari tingkat *alpha* yang digunakan, maka hipotesis yang diajukan, ditolak.
2. Apabila besarnya nilai *sig t* lebih kecil dari tingkat *alpha* yang digunakan, maka hipotesis yang diajukan, diterima.

Gambar 3.2
Gambar Kurva Uji t



- a. H_0 diterima jika : $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$, atau nilai $\text{sig} < \alpha$
- b. H_0 ditolak jika : $t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, atau nilai $\text{sig} > \alpha$

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian ini pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Oleh karena itu, pada penelitian ini yang digunakan *adjusted R²* berkisar antara 0 dan 1. Jika nilai *adjusted R²* semakin mendekati 1, maka semakin besar variasi dalam dependen variabel yang dapat dijelaskan oleh variasi dalam independen variabel, ini berarti semakin tepat garis regresi tersebut untuk mewakili hasil observasi yang sebenarnya (Ghozali, 2012).