

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Metode yang digunakan adalah kausalitas yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi, disini ada variabel independen (mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi) dan dalam penelitian ini akan melihat Pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, Persepsi Resiko, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pengguna Shopee Paylater

3.2 Sumber Data

Sumber data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengolahan selama berlangsungnya penelitian. Data pada dasarnya berawal dari bahan mentah yang disebut data mentah. Sumber data yang digunakan dalam proses penelitian adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari lapangan atau yang diperoleh dari responden yaitu pengguna Shopee Paylater. Data tersebut adalah hasil jawaban pengisian kuesioner dari responden yang terpilih dan memenuhi kriteria responden.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode field research dengan cara turun secara langsung ke lapangan penelitian untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengumpulan data dengan cara memberi pernyataan kuesioner secara tertutup yang didistribusikan menggunakan secara online melalui google form kepada

pengguna Shopee Paylater. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah likert. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu.

Tabel 3.1
Skala Pengukuran

Poin	Keterangan	Kode
1	Sangat tidak setuju	STS
2	Tidak setuju	TS
3	Netral	N
4	Setuju	S
5	Sangat setuju	SS

Sumber: Sugiyono (2015)

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas tertentu yang diterapkan penelitian untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna Shopee Paylater di Indonesia.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti/diobservasi, dan dianggap dapat menggambarkan keadaan atau ciri populasi. Pada penelitian ini sampel diambil dari populasi yaitu sebagian pengguna Shopee Paylater. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana pengambilan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Memiliki akun Shopee Paylater
2. Mengetahui seluruh layanan Shopee Paylater

3. Melakukan transaksi pembayaran menggunakan layanan Paylater
4. Minimal usia 17 tahun

Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna Shopee Paylater yang telah memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Karena jumlah populasi pengguna Shopee Paylater tidak diketahui dengan pasti jumlahnya, Hair dalam Ridwan (2019) menyarankan bahwa ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel. Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah item indikator dikalikan 5-10. Jumlah item indikator yang diteliti pada penelitian ini berjumlah 18 item indikator, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut, Jumlah Sampel = $18 \times 10 = 180$ responden, Dalam penelitian ini peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada 180 responden.

3.5 Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Penelitian Independen

Variabel independen (bebas) adalah variabel stimulus, atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel ini merupakan yang diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungan dengan suatu gejala yang akan diteliti. Dalam penelitian ini variabel bebas adalah *electronic word of mouth*, persepsi risiko, dan kepercayaan

3.5.2 Variabel Penelitian Dependen

Variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah keputusan penggunaan

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.3
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
<i>Electronic Word Of Mouth</i>	Fadhilah dan Saputra (2021) menyatakan bahwa <i>electronic word of mouth</i> adalah setiap pernyataan baik positive maupun negative yang dibuat oleh pelanggan baik itu yang potensial, aktual maupun pelanggan yang sudah membeli produk/jasa mengenai produk dari suatu perusahaan yang mana pernyataan tersebut dibuat dan tersedia untuk dapat dilihat oleh banyak orang dan perusahaan melalui internet.	Ulasan mengenai Shopee Paylater baik positif ataupun negatif yang dapat dijangkau oleh semua orang melalui media sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Intensitas 2. Konten 3. Pendapat Positif 4. Pendapat Negatif <p>Sumber: Muhiban, dan Putri (2022)</p>	Interval
Persepsi Resiko	Utami (2020) menyatakan bahwa persepsi resiko didefinisikan sebagai persepsi konsumen mengenai ketidakpastian dan konsekuensi negatif yang mungkin diterima atas pembelian suatu produk atau jasa	Persepsi negatif konsumen yang secara menyeluruh terkait Shopee Paylater	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Financial Risk</i> 2. <i>Social Risk</i> 3. <i>Performance Risk</i> 4. <i>Time and Convenience Risk</i> 5. <i>Physical Risk</i> 6. <i>Psychological Risk</i> <p>Sumber: Haryani (2019)</p>	Interval
Kepercayaan	Canestren dan Saputri (2022) menyatakan bahwa kepercayaan merupakan kemauan konsumen dalam mempercayai produk dan jasa dengan segala risikonya karena adanya suatu harapan yang dijanjikan dan mampu memberikan hasil yang positif bagi konsumen.	Tingkat kepercayaan konsumen dalam menggunakan Shopee Paylater	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informasi sesuai dengan kualitas 2. Mengerti Keinginan Konsumen 3. Produk Handal <p>Sumber: Nurvitasari dan Dwijayanti (2021)</p>	Interval
Keputusan Pengguna	Gunawan dan Ayuningtiyas (2018) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, di mana membeli dan bagaimana cara pembayarannya..	Keputusan membeli produk menggunakan Shopee Paylater	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebutuhan Konsumen 2. Mengumpulkan Informasi 3. Milih Perusahaan dari Pada Pesaing 4. Memutuskan Membeli 5. Merasa Puas <p>Sumber: Kotler dan Keller dalam Pratisti dan Paramitasari (2023)</p>	Interval

Sumber : Data Diolah, 2022

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Lupiyoadi (2015) menyatakan bahwa uji validitas adalah uji kelayakan instrumen. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Fungsi dari uji validitas adalah untuk menguji sejauh mana ketepatan atau kebenaran suatu instrument sebagai alat ukur variabel penelitian instrument. Dalam pengujian validitas *product moment pearson correlation* instrumen diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 95% atau $\alpha = 0,05$, pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 21.

1. Prosedur pengujian :

Ho : instrumen valid

Ha : instrumen tidak valid

2. Kriteria pengambilan keputusan :

Ho : Apabila $\text{sig} < 0,05$ maka instrumen dinyatakan valid

Ha : Apabila $\text{sig} > 0,05$ maka instrumen dinyatakan tidak valid

3.7.2 Uji Reliabilitas

Lupiyoadi (2015) menyatakan bahwa reliabilitas adalah suatu indikator yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data yang menunjuk pada tingkat keterandalan. Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang digunakan. Uji reliabilitas berfungsi untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variable penelitian reliable atau tidak. Uji reliabilitas menggunakan metode *Alpha Cronbach*. Uji reliabilitas pada penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 21. Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi.

Tabel 3.3
Interpretasi Nilai r

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1,0000	SangatTinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber: Sugiyono (2015)

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas Sampel

Uji Normalitas merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametric. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah jumlah sampel yang diambil sudah representatif atau belum, sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sampel bisa dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini peneliti dibantu oleh program SPSS 21. Berikut ini prosedur pengujian:

1. Rumusan Hipotesis

Ho : Data berasal dari populasi berdistribusi normal

Ha : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal.

2. Kriteria Pengambilan Keputusan

Apabila Sig < 0.05 maka Ho ditolak (distribusi sampel tidak normal)

Apabila Sig > 0.05 maka Ho diterima (distribusi sampel normal)

3.8.2 Uji Lineritas Sampel

Uji linearitas adalah untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linier. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau pun regresi linier. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan bantuan program SPSS 21 dengan melihat tabel

Anova atau sering disebut Test for Linearity. Berikut ini prosedur pengujian:

1. Rumusan Hipotesis

Ho = Model regresi berbentuk linear.

H₁ = Model regresi tidak berbentuk linear.

2. Kriteria Pengujian

Jika probabilitas (Sig) > 0,05 maka Ho diterima.

Jika probabilitas (Sig) < 0,05 maka Ho ditolak

3.8.3 Uji Multikolinieritas

Lupiyoadi (2015) menyatakan bahwa multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Metode untuk menguji adanya multikolinieritas dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF). Batas dari *tolerance value* > 0,1 atau VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Berikut ini prosedur pengujian:

1. Rumusan Hipotesis

Ho = Ada gejala multikolinieritas

H₁ = Tidak ada gejala multikolinieritas.

2. Jika nilai VIF ≥ 10 maka ada gejala multikolinieritas

Jika nilai VIF ≤ 10 maka tidak ada gejala multikolinieritas

3. Jika nilai tolerance < 0,1 maka ada gejala multikolinieritas

Jika nilai tolerance > 0,1 maka tidak ada gejala multikolinieritas

4. Pengujian multikolinieritas dilakukan melalui program SPSS

5. Kesimpulan

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Regresi Linier Berganda

Di dalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel yang mempengaruhi yaitu variabel *electronic word of mouth*, persepsi resiko, dan kepercayaan mempengaruhi keputusan penggunaan maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS. Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$

Keterangan :

Y	= Keputusan Penggunaan
a	= Konstanta
b1-b6	= Koefisien Regresi Parsial
X1	= <i>Electronic Word Of Mouth</i>
X2	= Persepsi Resiko
X3	= Kepercayaan
e	= Error (5%)

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1. Uji Parsial (Uji-t)

Uji t yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya.

1. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Penggunaan

Ho: *electronic word of mouth* tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater

Ha: *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater

2. Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Penggunaan

Ho: persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater

Ha: persepsi resiko berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater

3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan

Ho: kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater

Ha: kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater

Kriteria pengujian:

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (sig)

dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ maka Ho ditolak
2. Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ maka Ho diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis

3.10.2. Uji Simultan (Uji-F)

Uji F dengan uji serentak atau uji model/uji anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya.

Pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, Persepsi Resiko, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater

Ho: *electronic word of mouth*, persepsi resiko dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater

Ha: *electronic word of mouth*, persepsi resiko, dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater

Kriteria pengujian:

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (sig) dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai sig $< 0,05$ maka Ho ditolak
2. Jika nilai sig $> 0,05$ maka Ho diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis