

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan penelitian survei dimana menggunakan kuesioner untuk mengetahui jawaban responden terkait hubungan antara variabel indenpenden terhadap variabel dependen. Yang kemudian akan adanya analisis kuantitatif, yaitu metode analisis dengan angka-angka yang dapat dihitung maupun diukur. Analisis kuantitatif ini dimaksudkan untuk memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan satu atau beberapa kejadian lainnya dengan menggunakan alat analisis statistik. Sedangkan, Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Data primer yang ada dalam penelitian ini merupakan hasil penyebaran kuesioner pada sampel yang telah ditentukan (pengguna situs Shopee di kota Bandar Lampung) berupa data mentah dengan skala Likert point 5 untuk mengetahui respon dari responden yang ada, mengenai pengaruh kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi, resiko kinerja dan *website quality* terhadap keputusan pembelian secara online. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan data sekunder, yaitu data yang berasal dari hasil penelitian sebelumnya, dan literatur-literatur lainnya.

#### **3.2 Metode Pengumpulan Data**

Dalam melakukan penelitian, data yang dikumpulkan akan digunakan untuk memecahkan masalah yang ada sehingga data-data tersebut harus benar-benar dapat dipercaya dan akurat. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan angket atau kuesioner yang dibagikan kepada responden. Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya, Sugiyono (2010). Dalam kuesioner ini nantinya terdapat rancangan pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian

dan tiap pertanyaan merupakan jawaban-jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesa. Sedangkan untuk Tipe pertanyaan pada kuesioner adalah pertanyaan tertutup (*closed question*). Responden diminta untuk membuat pilihan dari serangkaian alternatif jawaban yang terdapat dalam kuesioner.

Alternatif jawaban yang terdapat dalam kuesioner merupakan pengembangan dari setiap item dalam variabel penelitian. Kelebihan pertanyaan tertutup adalah memberi kemudahan pada responden dalam menjawab dengan memutuskan salah satu alternatif jawaban yang diberikan. Selain itu, tipe pertanyaan ini memudahkan peneliti dalam menganalisis data. Metode pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada konsumen Shopee.co.id. di dalam penelitian, peneliti menggunakan kuesioner untuk pengumpulan data.

### **3.3 Populasi dan Sampel Penelitian**

#### **3.3.1 Populasi Penelitian**

Menurut Sugiyono (2014) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. keseluruhan subyek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi atau studi populasi atau study sensus, Sabar, (2007) dalam Nurjanah (2018). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat bandar lampung yang sudah pernah melakukan pembelian barang secara online di shopee.

#### **3.3.2 Sampel Penelitian**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, tersebut Sugiono (2014). Karena dalam penelitian ini belum diketahui pasti jumlah respondennya, maka teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling yaitu dengan metode purposive sampling. *Non prability sampling* dengan metode *purposive sampling* merupakan teknik penarikan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur/anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jadi sampel

tidak diambil secara acak, akan tetapi ditentukan sendiri oleh peneliti. Adapun kriteria untuk menentukan responden dalam penelitian ini, diantaranya :

1. Masyarakat yang berdomisili di Kota Bandar Lampung baik tetap maupun sementara.
2. Konsumen yang sudah dewasa/minimal usia 17 tahun.
3. Masyarakat yang pernah melakukan pembelian barang secara online di situs Shopee.co.id minimal 1 kali.

### **3.4 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional Variabel**

#### **3.4.1 Variabel Dependen**

##### **a. Keputusan Pembelian Secara online**

Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian Secara online. Keputusan pembelian adalah sebagai tahap keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian suatu produk, Kotler dan Keller (2012) indikator dari keputusan pembelian, yaitu:

1. Pengenalan masalah
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi alternatif
4. Keputusan pembelian
5. Perilaku pasca pembelian

#### **3.4.2 Variabel Independen**

##### **a. Kepercayaan**

Kepercayaan (*Trust*) didefinisikan kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya. Kepercayaan merupakan kondisi mental yang didasarkan oleh situasi seseorang dan konteks sosialnya. Ketika seseorang mengambil suatu keputusan, ia akan lebih memilih keputusan berdasarkan pilihan dari orang-orang yang lebih dapat ia percaya dari pada yang kurang dipercayai Moorman (1993). Variabel kepercayaan (*trust*) menggunakan data primer yang berasal dari kuesioner. Agar dapat diukur, variabel keamanan (*security and privacy*) dinilai dengan menggunakan skala likert 5 poin (*5-point*

*likert scale*). Adapun indikator-indikator dari variabel kepercayaan menurut Lau dan Lee (1999) dalam Iswara (2016) sebagai berikut:

- a) Merek itu sendiri
- b) Karakteristik perusahaan pembuat merek
- c) Karakteristik konsumen

#### **b. Kemudahan**

Davis (1989) dan Saputri (2015) dalam Nurjanah (2018), Kemudahan yang dipersepsikan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Variabel ini diukur dengan menggunakan indikator mudah untuk dipelajari (*easy to learn*), dapat di kontrol (*controllable*), jelas dan dapat dimengerti (*clear and understandable*), fleksibel (*flexible*), mudah untuk menjadi mahir (*easy to become skillful*), dan mudah digunakan (*easy to use*).

Adapun indikator-indikator dari variabel kemudahan penggunaan (*ease of use*) menurut Davis (1989) dan Adityo (2011) dalam Nurjanah (2018) adalah sebagai berikut:

- a) TI sangat mudah dipelajari;
- b) TI mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna;
- c) Keterampilan pengguna akan bertambah dengan menggunakan TI;
- d) TI sangat mudah untuk dioperasikan.

Untuk variabel kemudahan merupakan pernyataan positif sehingga penilaian skor tertinggi adalah Sangat Setuju (SS) dengan nilai 5 sedangkan skor terendah adalah Sangat Tidak Setuju (STS) dengan nilai 1. Semakin tinggi kategori kemudahan maka semakin baik pula pengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dikarenakan responden sependapat dengan pernyataan tersebut.

#### **c. Kualitas informasi**

Kualitas Informasi didefinisikan sebagai seberapa besar suatu informasi tentang produk dan jasa berguna dan relevan bagi pembeli online dalam memprediksi

kualitas dan utilitas suatu produk dan jasa yang ditawarkan pada *online shop*, Adityo (2011) dalam Iswara (2016).

Adapun indikator-indikator variabel kualitas informasi (*Information Quality*)

Menurut Park,C.H dan Kim Y.G,(2003) dalam Iswara (2016) sebagai berikut:

- a) Informasi *up to date*
- b) Membantu pembeli *online* dalam membuat keputusan
- c) Konsisten
- d) Mudah dipahami

Untuk variabel kualitas informasi merupakan pernyataan positif sehingga penilaian skor tertinggi adalah Sangat Setuju (SS) dengan nilai 5 sedangkan skor terendah adalah Sangat Tidak Setuju (STS) dengan nilai 1. Semakin tinggi kategori kemudahan maka semakin baik pula pengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dikarenakan responden sependapat dengan pernyataan tersebut.

#### **d. Resiko Kinerja**

Mowen dan Minor (2001) Resiko kinerja adalah resiko dimana produk tidak akan memberikan kinerja yang diharapkan, sedangkan menurut Chen dan Qin (2007) resiko kinerja adalah resiko produk palsu atau produk rusak dan produk tidak sesuai dengan publisitas. Penelitian yang dilakukan oleh Chen dan Qin (2007) menyatakan bahwa ketika konsumen memutuskan membeli secara online hal yang mereka khawatirkan adalah produk yang tidak sesuai dengan publisitas dan produk yang palsu dan rusak konsumen yang memilih hal ini dalah 77,4% dengan kata lain resiko kinerja adalah resiko yang paling dikhawatirkan terjadi oleh pelanggan ketika memutuskan melakukan pembelian pada toko online

Indikator resiko kinerja menurut Bo Dai, Sandra Forsythe, dan Wi-Suk Kwon (2014) dalam Nurjanah (2018) meliputi :

1. kesulitan untuk menilai kualitas produk (*difficult to judge products' quality adequately*),

2. kesulitan untuk membandingkan produk yang serupa (*difficult to compare the quality of similar products*),
3. dan produk yang dibeli kemungkinan tidak dapat menunjukkan kinerja sesuai yang diharapkan (*The product purchased may not perform as expected*).

Menurut Saputri (2015) Untuk variabel resiko kinerja merupakan variabel negatif yang berarti skor penilaian berlawanan dengan positif yaitu skort tertinggi adalah sangat tidak setuju (STS) dengan nilai 5 dan skor terendah adalah sangat setuju (SS) dengan nilai 1. Karena semakin tinggi kategori resiko kinerja maka semakin baik pula pengaruhnya terhadap keputusan pemebelian, Karena responden tidak sependapat dengan pernyataan.

**e. Website quality**

*Website Quality* merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas *website* berdasarkan persepsi pengguna akhir. Kualitas *website* dapat dilihat sebagai atribut dari sebuah *website* yang berkontribusi terhadap kegunaannya kepada konsumen. Gregg dan Walczak (2010) dalam Andhika (2016).

Adapun indikator- indikator pertanyaan untuk variable *Website Quality*, Menurut *Website Quality* Hyejeong dan Niehm, (2009) dalam Andhika (2016) sebagai berikut:

- a) Informasi
- b) Keamanan
- c) Kemudahan
- d) Kenyamanan
- e) Kualitas Layanan

**Tabel 3.1**  
**Variabel Penelitian**

No	Variabel	Definisi	Indikator/alat ukur	Pengukuran
1	Dependen			
	Keputusan pembelian	merupakan tahap dimana konsumen dihadapkan suatu pilihan untuk melakukan pembelian atau tidak. (Kotler & amstrong, 2004)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengenalan masalah</li> <li>2. Pencarian informasi</li> <li>3. Evaluasi alternatif</li> <li>4. Keputusan pembelian</li> <li>5. Perilaku pasca pembelian</li> </ol>	Skala likert 5 point
2	Indenpenden			
	Kepercayaan	suatu kepercayaan umum atau niat kepercayaan bahwa pihak lain dapat dipercayai; atau kesediaan suatu pihak	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kejujuran dalam mengelola situs jual beli online</li> <li>2. Kompetensi</li> <li>3. Kompetensi yang diberikan dapat di percaya</li> </ol>	Skala likert 5 point

		untuk peka terhadap tindakan pihak lainnya (Mayer, <i>et. al</i> , 1995).		
--	--	---	--	--

Kemudahan	tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya Davis (1989: 320).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. TI sangat mudah dipelajari;</li> <li>2. TI mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna;</li> <li>3. Keterampilan pengguna akan bertambah dengan menggunakan TI;</li> <li>4. TI sangat mudah untuk dioperasikan.</li> </ol>	Skala likert 5 point
Kualitas informasi	Menurut Park,C.H dan Kim Y.G,(2003)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informasi <i>up to date</i></li> <li>2. Membantu pembeli <i>online</i> dalam membuat keputusan</li> <li>3. Konsisten</li> </ol>	Skala likert 5 point

		4. Mudah dipahami	
Resiko kinerja	risiko kinerja didefinisikan sebagai kemungkinan barang tidak dapat menunjukkan kinerja sesuai yang dimaksudkan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. kesulitan untuk menilai kualitas produk (<i>difficult to judge products' quality adequately</i>),</li> <li>2. kesulitan untuk membandingkan produk yang serupa (<i>difficult to compare the quality of similar products</i>),</li> <li>3. dan produk yang dibeli kemungkinan tidak dapat menunjukkan kinerja sesuai yang diharapkan (<i>The product purchased may not perform as expected</i>).</li> </ol>	Skala likert 5 point
<i>Website quality</i>	Menurut Hyejeong dan Niehm, (2009) mengidentifikasi terdapat empat atribut kualitas <i>website</i> yakni, informasi, keamanan, kemudahan, kenyamanan, kualitas layanan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. informasi</li> <li>2. keamanan</li> <li>3. kemudahan</li> <li>4. kenyamanan</li> <li>5. kualitas layanan</li> </ol>	Skala liker 5 point

### 3.4.3 Model Pengukuran (*Outher Model*)

#### 3.4.3.1 Uji *Validitas Konvergen*

Validitas konvergen terjadi jika skor yang diperoleh dan dua instrumen yang berbeda yang mengukur konstruk yang sama mempunyai korelasi tinggi Hartono (2008)

#### 3.4.3.2 Uji *Validitas Diskriminan*

Validitas diskriminan terjadi jika dua instrumen yang berbeda yang mengukur dua konstruk yang diprediksi tidak berkorelasi menghasilkan skor yang memang tidak berkorelasi Hartono (2008) Sedangkan menurut Chin (1997) model mempunyai validitas diskriminan yang cukup jika akar *AVE* untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Berikut tabulasi parameter uji validitas dalam *PLS* :

**Tabel 3.2**  
**Parameter Uji Validitas Dalam Model Pengukuran PLS**

Uji Validitas	Parameter	Ruls Of Thumbs
Konvergen	Factor Loading	Lebih dari 0,5
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Lebih dari 0,5
	<i>Communality</i>	Lebih dari 0,5
Diskriminan	Akar <i>AVE</i> dan Korelasi Variable Laten	Akar <i>AVE</i> > Korelasi Variable Laten
	<i>Cross loading</i>	Lebih dari 0,5 dalam satu variabel

Sumber : diadaptasi dari Chin (1995) - Jogiyanto (2009).

### 3.5.1.3 Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas menunjukkan akurasi, konsistensi dan ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran Hartono (2008). uji reabilitas dapat di ukur dengan menggunakan dua metode, yaitu *Cronbach's alpha dan composite reability*. Dimana *Cronbach's alpha* mengukur batas bawah nilai reabilitas suatu konstruk sedangkan *composite reability* mengukur nilai sesungguhnya reabilitas suatu konstruk Cin dan Ghopa (1995) dalam Et al (2002).

### 3.4.4 Model Structural (Inner Model)

Model structural dalam PLS dievaluasi dengan menggunakan  $R^2$  untuk konstruk dependen, nilai *koefisien path* atau *e-values* tiap *path* untuk uji signifikansi antar konstruk dalam model struktural. Nilai  $R^2$  digunakan dalam mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen.

Nilai koefisien path atau inner model menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis Jogiyanto dan abdillah (2009). Skor *inner model* yang ditunjukkan dengan nilai *T-statistic*, harus diatas 1,96 untuk hipotesis dua ekor (*two-tailed*) dan di atas 1,64 untuk hipotesis satu ekor (*one-tailed*) untuk pengujian hipotesis pada alpha 5 persen dan power 80 persen Hair et al (2006).

### 3.5.2.1 Uji Kebaikan Model (Goodness of Fit)

Uji Goodness of Fit atau uji kelayakan model digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual. Secara statistik uji Goodness of Fit dapat dilakukan melalui pengukuran nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t. Menurut Ghozali (2011), perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana  $H_0$  ditolak). Sebaliknya perhitungan statistik disebut tidak signifikan apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana  $H_0$  diterima.

### **3.6 Pengujian Hipotesis**

#### **3.6.1 Uji T**

pengujian hipotesis antar konstruk yaitu konstruk eksogen terhadap konstruk endogen ( $\alpha$ ) dan konstruk endogen terhadap konstruk endogen ( $\beta$ ) dilakukan dengan metode resampling bootstrap yang dikembangkan oleh Geisser dan Ghazali (2011) dalam penelitian Ardhiani (2015). Statistic uji yang digunakan adalah uji T, penerapan metode resampling memungkinkan berlakunya data terdistribusi bebas, tidak memerlukan asumsi distribusi normal, serta tidak memerlukan sampel yang besar.