

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, jenis penelitian ini merupakan deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu biasa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena yang lainnya (Saputra dan Yusa, 2019). Berdasarkan pengertian di atas fenomena dalam penelitian yang akan diteliti adalah analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada *e-commerce* Blibli .com

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 konsumen yang telah membeli pengguna Blibli .com. 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. Metode pengumpulan data 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 tertulis kepada pengguna Blibli.com.). Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Guttman*. Pengukuran menggunakan Skala *Guttman* dilakukan jika peneliti menginginkan jawaban yang tegas mengenai suatu permasalahan. (Sugiyono, 2013). Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu :

Tabel 3.1
Skala Pengukuran

Nomor	Jawaban	Skor	Skala
1.	Ya	1	<i>Guttman</i>
2.	Tidak	0	

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Sugiyono (2015) 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 Blibli.com

3.4.2 Sampel

Sugiyono (2015) 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 konsumen yang telah membeli di pengguna Blibli.com. Dalam penelitian ini, menggunakan metode *nonprobability sampling*, yaitu pengambilan sampel dimana tiap anggota populasi tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel, dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu cara pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu. Adapun pertimbangan tersebut yaitu:

1. Berusia 17 tahun, sehingga lebih memahami pengisian kuesioner
2. Melakukan transaksi pembelian di Blibli.com di tiga bulan terakhir
- 3.

Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Dalam penentuan sampel jika populasinya besar dan jumlahnya tidak diketahui digunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{1}{4} \left(\frac{za/2}{E} \right)^2$$

Dimana ;

- n = Jumlah sampel dari populasi yang ingin diperoleh
z = Angka yang menunjukkan penyimpangan nilai varian dari mean
E = Kesalahan maksimal yang mungkin dialami
a = Bila tingkat kepercayaan 95% (a=5%), artinya peneliti meyakini kesalahan dugaan sampel hanya sebesar 5%, serta batas eror sebesar 10% yang berarti peneliti hanya mentolerir kesalahan responden dalam proses pencarian data tidak boleh melebihi 10% dari keseluruhan responden

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel yang harus diambil adalah:

$$n = \frac{1}{4} \left(\frac{z_{0,05/2}}{0,1} \right)^2$$

$$n = \frac{1}{4} \left(\frac{1,96}{0,1} \right)^2$$

$$n = \frac{1}{4} (384,16) = 97 \text{ Responden}$$

Dalam penelitian ini peneliti membulatkan jumlah responden, sebanyak 100 Responden.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam hal ini, sesuai dengan judul dan rumusan masalah penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada *e-commerce* Blibli .com.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Keputusan Pembelian	Kotler dan Armstrong dalam Gigih (2017) proses pengambilan keputusan pembelian terdiri dari lima tahap: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pengevaluasian alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian	Faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam mengambil konsumen pada <i>e-commerce</i> Blibli .com.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reputasi 2. Kepercayaan 3. Promosi 4. Ketersediaan Produk 5. Kualitas Produk 6. Pelayanan 7. Harga 8. Keamanan 9. Kualitas Webiste 10. Kemudahan Transaksi 	Guttman

Sumber : Data Diolah, 2022

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Lupiyoadi (2015) Uji validitas adalah uji kelayakan instrumen, dalam pengujian validitas instrumen diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 95% atau $\alpha = 0,05$. Instrumen dikatakan valid mempunyai nilai signifikansi korelasi r dari 95% atau $\alpha = 0,05$. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner yang digunakan dalam penelitian, prosedur pengujian,

Kriteria pengambilan keputusan :

H_0 : Apabila $\text{sig} < 0,05$ maka instrumen dinyatakan valid

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

3.7.2 Uji Reliabilitas

Lupiyoadi (2015) Reliabilitas adalah suatu indikator yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data yang menunjuk pada tingkat keterandalan. Fungsi dari uji Reliabilitas adalah mengetahui sejauh mana konsistensi alat ukur untuk dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur hal dan subjek yang sama. Uji reliabilitas kuesioner menggunakan metode Alpha Cronbach., selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi.

Tabel 3.3
Interpretasi Nilai r

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
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 Metode Analisis Data

Untuk dapat mengetahui apakah suatu instrument penelitian mampu mengukur faktor-faktor pengambilan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa layanan pembiayaan, maka digunakanlah uji *Cochran Q Test*. Sedangkan untuk mengetahui bagaimana karakteristik responden maka digunakanlah analisis tabulasi sederhana

3.8.1 Analisis *Cochran Q Test*

Metode *Cochran Q Test* digunakan untuk menguji lebih dari 2 variabel apabila kedua variabel tersebut berhubungan. Pengujian ini dapat digunakan untuk data nominal maupun ordinal. Dengan demikian alat analisis data menggunakan metode *Cochran Q Test* yaitu digunakan untuk mengetahui faktor dominan apa saja yang berhubungan pada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada *e-commerce* Blibli .com, Berikut ini Rumus dari *Cochran Q Test*:

$$Q = \frac{(k - 1)[k \sum_i^k C_i^2 - (\sum_i^k C_i)^2]}{k \sum_i^n R_i - \sum_i^n R_i^2}$$

Keterangan:

R_i = Jumlah baris jawaban

“YA” C_j = Jumlah kolom jawaban

“YA” N = Jumlah responden baris

C = Jumlah Variabel (kolom)

Q = *Critical value*

3.8.2 Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H_0 = Jawaban responden memiliki proporsi jawaban YA yang sama

H_a = Jawaban responden memiliki proporsi jawaban YA yang berbeda

Kriteria pengujian :

Jika Q hitung $>$ dari X^2 tabel/Sig $<$ Alpha (0,05), maka H_0 : ditolak

Jika Q hitung $<$ dari X^2 tabel/Sig $>$ Alpha (0,05), maka H_0 : diterima

Menentukan kesimpulan dan hasil uji hipotesis

Adapun faktor-faktor pengambilan keputusan konsumen pada *e-commerce* Blibli .com dalam penelitian ini, tertuang dalam definisi operasional yang terdiri dari 10 faktor. Langkah awal dilakukan dengan melakukan pengujian terhadap 10 faktor tersebut, bila hasil perhitungan menolak H_0 maka langkah selanjutnya adalah menghilangkan nilai C_j terendah, kemudian kembali melakukan perhitungan statistika dengan *Cochran Q Test*. Bila hasil perhitungan tersebut masih menolak H_0 , maka langkah selanjutnya adalah menghilangkan C_j terendah kedua, kemudian kembali dilakukan perhitungan statistika dengan menggunakan *Cochran Q Test*. Langkah tersebut harus dilakukan sampai pada perhitungan statistik dengan hasil menerima H_0 , kemudian dapat disimpulkan faktor-faktor manakah yang lebih dominan dalam pengambilan keputusan konsumen pada *e-commerce* Blibli .com