

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Definisi Operasional Variabel**

Defenisi operasional variabel penelitian adalah batasan atau spesifikasi dari variabel – variabel penelitian yang secara konkret berhubungan dengan realitas yang diukur dan merupakan pendapat dari hal – hal yang akan diamati peneliti berdasarkan sifat yang di definisikan dan diamati sehingga terbuka untuk diuji kembali oleh peneliti lain. Adapun batasan atau definisi operasional variabel yang diteliti adalah

Defenisi operasional variabel penelitian dalam penelitian ini dibagi atas dua yaitu:

1. Variabel independen dalam penelitian sebagai berikut :

a. Kepercayaan konsumen

Kepercayaan konsumen adalah kesediaan satu pihak menerima resiko dari pihak lain berdasarkan keyakinan dan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan sesuai yang diharapkan, meskipun kedua belah pihak belum mengenal satu sama lain.

b. Kualitas pelayanan

Kualitas layanan menjadi sangat penting karena akan berdampak langsung pada citra perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan. Bagaimana tidak, jika suatu perusahaan sudah mendapat nilai positif di mata

konsumen, maka konsumen tersebut akan memberikan *feedback* yang baik, serta bukan tidak mungkin akan menjadi pelanggan tetap atau *repeat buyer*. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

c. keamanan produk

Keamanan produk adalah tentang memberikan produk yang aman, berkualitas dan unggul untuk pelanggan dan menunjukkan kepada pelanggan apa yang sesuai dipikirkan.

2. Variabel dependen

Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang akan menentukan dibeli atau tidaknya pembelian tersebut yang diawali dengan kesadaran atas pemenuhan atau keinginan.

**B. Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian ini adalah bidang manajemen pemasaran dan perilaku konsumen. Lingkup bahasan yang diteliti adalah kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan keamanan produk terhadap keputusan pembelian online pada *e-commerce* shopee di kota Malang.

### **C. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini berlokasi di daerah kota Malang, dengan melakukan penyebaran kuesioner. Dengan ada penyebaran kuesioner, peneliti dapat mengetahui seberapa besar pengaruh kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan keamanan produk terhadap keputusan pembelian online pada *e-commerce shopee*.

### **D. Populasi Dan Teknik Penarikan Sampel**

#### **1. Populasi**

Menurut Sugiyono (2012), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek penelitian yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Populasi di dalam penelitian ini tidak diketahui karena jumlah konsumen pengguna *e-commerce shopee* di kota Malang tidak bisa di prediksi banyaknya.

#### **2. Sampel dan teknik penarikan sampel**

Menurut (Sugiyono, 2013) Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Himpunan ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. Sampel adalah bagian yang berguna dari populasi dan aspek-aspeknya yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Ukuran sampel untuk populasi yang tidak diketahui, maka menggunakan skala 5 – 10 untuk mengetahui besarnya sampel untuk diteliti. Dalam penelitian ini jumlah indikator

yang digunakan sebesar 35 sehingga sampel yang diambil dalam penelitian ini sebesar ( $35 \times 5 = 175$ ) responden.

Teknik penarikan sampel yang akan digunakan adalah metode *purposive sampling*, berdasarkan kriteria dari responden yang sering atau pernah melakukan transaksi melalui online. Dengan menggunakan metode *purposive sampling* diharapkan kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Untuk efektifitas dalam penarikan sampel peneliti menggunakan metode *mail survey*, di mana responden mengisi kuesioner dengan online.

#### **E. Jenis Dan Sumber Data**

Menurut Sugiyono (2010), Data adalah segala keterangan dari responden atau dari dokumen baik dalam bentuk statistik maupun bentuk lainnya untuk kepentingan penelitian. Didalam penelitian ini menggunakan data primer.

Data primer adalah yang diperoleh langsung dari sumber aslinya (tidak melalui perantara). Penelitian ini menggunakan data primer dari hasil pengisian kuesioner yang diberikan kepada responden mengenai identitas responden (usia, jenis kelamin, pendidikan, dan pekerjaan) dan tanggapan setelah melakukan transaksi secara online berkaitan dengan kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan keamanan produk terhadap keputusan pembelian online pada *e-commerce* shopee

Sumber data yang digunakan peneliti adalah hasil penyebaran kuesioner kepada sampel yang telah ditentukan. Ini merupakan data mentah dengan menggunakan skala Likert sebagai pengukur untuk mengetahui tanggapan dari responden tentang kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan keamanan produk terhadap keputusan pembelian online pada *situs e-commerce shopee*.

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. kuesioner adalah cara mengumpulkan informasi melalui pertanyaan tertulis yang dijawab oleh responden, memungkinkan peneliti memperoleh data lapangan untuk memecahkan masalah penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dalam kuesioner ini memiliki desain pertanyaan yang secara logis berkaitan dengan masalah penelitian yang bersifat tertutup dengan cara memilih salah satu alternatif jawaban yang tersedia. Gambaran bentuk hasil sebaran jawaban peserta kuisisioner yang akan diturunkan untuk mendapatkan kecenderungan jawaban dari tiap – tiap variabel, berdasarkan nilai rata-rata skor jawaban yang dikategorikan ke dalam nilai interval sebagai berikut:

- ❖ Sangat setuju = skor 5
- ❖ Setuju = skor 4
- ❖ Kurang setuju = skor 3
- ❖ Tidak setuju = skor 2
- ❖ Sangat tidak setuju = skor 1

### G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data kuantitatif menurut Sugiyono (2018), data kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada *filosofi positivisme* yang digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan secara acak, item pertanyaan objektif digunakan sebagai pengumpulan data dan analisis data yang bersifat banyak dengan tujuan untuk menguji pengaruh hipotesis yang ditetapkan.

Menurut Sugiyono (2012), pengolahan data kuantitatif ini dilakukan melalui beberapa kegiatan sebagai berikut :

#### 1. *Editing* (penyuntingan)

*Editing* (penyuntingan) adalah kegiatan memeriksa seluruh daftar pertanyaan yang dikirimkan kembali oleh responden. Poin-poin berikut harus dipertimbangkan dalam pemeriksaan ini:

- a) Kesesuaian jawaban atas pertanyaan yang diajukan
- b) Kelengkapan pengisian kuesioner
- c) Konsistensi jawaban responden

#### 2. *Coding* (pengkodean)

*Coding (pengkodean)* adalah proses pengumpulan informasi dari berbagai tanggapan responden terhadap kuesioner, mengelompokkannya kedalam kategori yang sama untuk memudahkan tanggapan.

### 3. *Scoring* (memberi nilai)

*Scoring* adalah pemberian nilai berupa angka pada jawaban pertanyaan untuk memperoleh data kuantitatif untuk pengujian pengaruh hipotesis.

### 4. Tabulasi

Tabulasi adalah pengelompokan jawaban dengan menghitung dan menjumlahkannya hingga terwujud dalam bentuk tabel. Oleh karena itu diharapkan pembaca dapat melihat dengan jelas hasil penelitian ini. Setelah proses tabulasi selesai, data dalam tabel dianalisis menggunakan perangkat lunak statistik yakni SPSS

#### a. Uji validitas dan uji reliabilitas

##### a. Uji validitas

Menurut Sugiyono (2017), uji validitas dapat didefinisikan sebagai derajat ketetapan antara data sesungguhnya yang terbentuk pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana kuesioner yang dikirimkan mampu menggali informasi yang diperlukan untuk mendapatkan hasil yang bermanfaat. Valid tidaknya item pertanyaan dapat dilihat dari besarnya nilai korelasi person moment dengan nilai alpha 5% atau 0,05. Menurut

Sugiyono, (2013), kriteria pengujian yang digunakan tabel dengan dasar pengambilan keputusan :

- 1) Jika r hasil perhitungan positif, serta r hasil > r tabel variabelnya valid
- 2) Jika r hasil perhitungan negatif, serta r hasil < r tabel variabelnya tidak valid

Rumus yang dipakai dalam pengukuran ini sebagai berikut :

$$R = \frac{N \sum (XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\} - \{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

R : koefisien variabel

X : skala per item kuesioner

Y : total skor semua item kuesioner

N : ukuran sampel analisis linear berganda

#### b. Uji reliabilitas

Menurut Narimawati (2010), uji reliabilitas adalah pengujian kehandalan atau kepercayaan alat pengungkapan dari data. Menurut Wiratna, (2015) Perlu diketahui bahwa uji reliabilitas dapat dilakukan terhadap semua pertanyaan dalam kuesioner penelitian secara bersama-sama. Dapat disimpulkan bahwa Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana kuesioner yang diajukan dapat menimbulkan hasil yang sama jika pengukuran pada subjek yang sama diulang pada waktu yang berbeda.

- Jika nilai cronbach's alpha > 0,60 maka kuesioner dinyatakan reliabel atau konsiten walaupun dicoba berulang – ulang kepada kelompok yang sama
- jika nilai cronbach's alpha < 0,60 maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten

Dalam penelitian ini uji reabilitas menggunakan pendekatan alpha cronbach dengan rumus sebagai berikut :

$$r-\alpha = \frac{k r^-}{1 + (k-1) r^-}$$

Keterangan :

$r-\alpha$  = kehandalan alpha cronbachk

= jumlah butir dalam skala

$r^-$  = rata – rata kolerasi diantara butir

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji normalitas

Uji normalitas adalah untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal menurut Dewi (2012). Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian yang diperoleh berdistribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan cara uji. Apabila nilai

probabilitas  $> 0,05$  maka data tersebut data tersebut dinyatakan berdistribusi normal, dan begitupula sebaliknya.

b. Uji multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018) pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel bebas. Salah satu cara mendeteksi adanya multikolinearitas dengan melihat *Tolerance* Dan *Varianceinflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabel independen terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Untuk melihat terjadinya multikolinearitas apabila  $VIF < 10$  dan atau nilai *Tolerance*  $> 0,1$  maka dapat disimpulkan tidak terdapat masalah multikolinearitas, begitupula sebaliknya.

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan didalam model regresi. Pengujian heteroskedastisitas menggunakan metode grafik (melihat dari pola titik – titik pada grafik regresi). Dengan kriteria jika titik – titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas menurut Dewi (2014)

3. Uji Analisis Regresi linier berganda

a. Analisis regresi linear berganda

Menurut Ghozali (2016), mengatakan bahwa analisis regresi linier berganda adalah cara mengukur kekuatan hubungan

antara dua variabel atau lebih, dan menunjukkan arah hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas (kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan keamanan produk) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian online)

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = variabel terikat (keputusan pembelian)

a = konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$  = koefisien regresi  $X_1$

$X_2 X_3$  = variabel bebas

$X_1$  = kepercayaan konsumen

$X_2$  = kualitas pelayanan

$X_3$  = keamanan produk

b. Uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi merupakan koefisien yang mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali 2018). Ketika R<sup>2</sup> kecil, itu menunjukkan kemampuan variabel independen untuk menggambarkan variabel dependen yang terbatas, dan ketika R<sup>2</sup> mendekati satu dengan variabel independen, itu memberikan informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi dari variabel tersebut.

c. Uji F

Uji F merupakan statistik yang menunjukkan adanya pengaruh secara bersama - sama dari variabel independen terhadap variabel depeden (Ghozali, 2018). Langkah – langkah yang dapat digunakan yaitu:

1) Hipotesis

$$H_0 : b_1, b_2, b_3 = 0$$

Artinya kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan keamanan produk tidak secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian online.

$$H_a : b_1, b_2, b_3 \neq 0$$

Artinya Kepercayaan konsumen, kualitas layanan, dan keamanan produk semuanya memengaruhi keputusan pembelian online secara simultan.

2) Tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi dengan taraf signifikan 95% atau alfa ( $\alpha$ ) = 0,05

3) Kriteria pengujian

Jika tingkat signifikansi  $F > \alpha$  (0,05) maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, sebaliknya jika nilai signifikansi  $F < \alpha$  (0,05) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Dari uji F taraf signifikan 95%  $\alpha = 0,05$

Menurut Sugiyono (2014), dirumuskan sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2 / K}{(1 - R^2) / (n - K - 1)}$$

Keterangan :

R = koefisien determinan

K = jumlah variabel independen

n = jumlah data atau kasus

d. Uji t

Uji t merupakan uji statistik yang menunjukkan adanya pengaruh variabel – variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (Ghozali, 2018). Uji t dilakukan untuk menguji hipotesis 2 sampe 4 dengan langkah – langkah sebagai berikut:

1) Hipotesis

$$H_0 = b_1, b_2, b_3 = 0$$

Artinya kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan keamanan produk tidak secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian online.

$$H_a = b_1, b_2, b_3 \neq 0$$

Artinya Kepercayaan konsumen, kualitas layanan, dan keamanan produk semuanya memengaruhi keputusan pembelian online secara parsial.

2) Tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi dengan taraf signifikan 95% atau alfa ( $\alpha$ ) = 0,05

### 3) Kriteria pengujian

Jika tingkat signifikansi  $t > \alpha$  (0,05) maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, sebaliknya jika  $t < \alpha$  (0,05) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Menurut Suharyadai dan Purwanto (2011), dirumuskan sebagai beriku

$$\frac{t\text{- hitung}}{Sb_i} = b_i - B$$

Keterangan :

$t - \text{hitung}$  = besarnya t-hitung

$Sb_i$  = Standart Error Koefisien Regresi

$b_i$  = Koefisien Regresi

#### e. Uji dominan

Menurut Ghozali (2018), Uji dominansi dilakukan untuk mengetahui variabel independen mana yang paling besar pengaruhnya terhadap variabel dependen, dapat dilihat dari koefisien regresi nilai beta.

Kriteria uji dominan adalah ketika nilai koefisien regresi variabel independen memiliki nilai terbesar, maka variabel tersebut berpengaruh dominan terhadap variabel dependen.