

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian agar memperoleh gambaran yang tepat dalam menghadapi serta langkah-langkah yang digunakan dalam mengatasi masalah maka penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu jenis penelitian yang pada dasarnya menggunakan pendekatan deduktif-induktif. Pendekatan ini berangkat dari suatu teori, gagasan para ahli, maupun pemahaman penelitian berdasarkan pengalamannya, kemudian dikembangkan menjadi permasalahan-permasalahan beserta pemecahannya yang di ajukan untuk memperoleh pembeneran (*Verifikasi*) atau penilaian dalam bentuk dukungan data empiris di lapangan.

Menurut (Sugiyono,2011:11) metode peneliiian kuantitatif dapat di artikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positif, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dan statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Objek dan Lokasi Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek yang diteliti ini adalah Resiko Pembelian, Kepercayaan yang mempengaruhi keputusan pembelian di *E-commerce* BukaLapak (Studi pada mahasiswa FEB UM Metro). Pada penelitian ini, subjek yang di jadikan responden adalah mahasiswa FEB UM Metro

2. Lokasi penelitian

Penelitian ini bertempat di Universitas Muhammadiyah Metro di Jl. Ki Hajar Dewantara No.166 Iring Mulyo, Metro Timur, Kota Metro Lampung.

C. Metode Penelitian

Metode penelitian memberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengatasi masalah dan menghadapi tentang kondisi dimana pengambilan keputusan harus di lakukan.

1. Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan sebuah definisi atau sebuah uraian yang akan di teliti mencakup tentang segala indikator-indikator yang masing masing variabel. Adapun variabel dalam penelitian ini dikelompokan sebagai berikut :

1) Variabel Resiko Pembelian (X1)

- a) Definisi Konseptual : Resiko Pembelian adalah persepsi negatif konsumen atas sejumlah aktivitas yang didasarkan pada hasil yang negatif dan memungkinkan bahwa hasil tersebut menjadi nyata. Risiko sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan.
- b) Definisi Operasional : bahwa konsumen mengenai ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi negatif yang mungkin diterima atas pembelian suatu produk atau jasa. Persepsi risiko menjadi salah satu komponen penting dalam pemrosesan informasi yang dilakukan oleh konsumen. Konsumen semakin terdorong untuk mencari tambahan informasi ketika dihadapkan pada pembelian produk dengan risiko tinggi dan hal tersebut dapat ditemukan indikator pemrosesan informasi,kesalahan pemesanan barang, waktu, dan tidak sesuai dengan harapan konsumen dengan menggunakan skala likert atau angket quisioner yang diberikan kepada konsumen *E-commerce* BukaLapak.

2) Variabel Kepercayaan

- a) Definisi Konseptual : kepercayaan sebagai dimensi hubungan bisnis yang menentukan tingkat yang masing-masing pihak merasa mereka dapat mengandalkan integritas janji yang ditawarkan oleh yang lain.
- a) Definisi Operasional : kepercayaan adalah kepercayaan pada dasarnya merupakan kemauan suatu pihak untuk mengandalkan pihak lain. Kepercayaan timbul sebagai hasil dari kehandalan dan integritas mitra yang ditunjukkan melalui berbagai sikap seperti konsistensi, kompeten, adil, tanggung jawab, suka menolong dan memiliki kepedulian. Dalam konteks hubungan perusahaan dengan pelanggan, kepercayaan pelanggan akan muncul ketika pihak perusahaan membuktikan keahlian dan kehandalannya, pada kepercayaan ini dapat ditemukan tanggung jawab, keamanan, jaminan kepuasan, dan keterus terangan dengan menggunakan skala likert atau angket quisioner yang diberikan kepada konsumen *E-commerce* BukaLapak.

b) Variabel Terikat (Variabel Dependent)

Sugiyono (2011:61) Variabel terikat atau variabel dependent merupakan variabel yang di pengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat pada penelitian ini yaitu kemampuan membaca. Variabel dependent dalam keputusan ini adalah keputusan pembelian (Y)

3) Keputusan Pembelian (Y)

- a) Definisi Konseptual : keputusan yang diambil konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk melalui tahapan-tahapan yang dilalui konsumen sebelum melakukan pembelian yang meliputi : kebutuhan yang dirasakan, kegiatan sebelum membeli, perilaku waktu memakai, dan perasaan setelah membeli.
- b) Definisi Operasional : keputusan pembelian adalah keputusan yang diambil konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk melalui tahapan-tahapan yang dilalui konsumen sebelum melakukan pembelian yang meliputi: kebutuhan yang dirasakan, kegiatan sebelum membeli, perilaku waktu memakai, dan perasaan setelah membeli, dan keputusan pembelian ini untuk konsumen telah diukur menggunakan skala likert atau angket quisoner yang diberikan kepada konsumen *E-commerce* BukaLapak.

Tabel 2. Variabel Penelitian dan Indikator-Indikator Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator	Butir Angket
Resiko Pembelian (X1)	1. Pemrosesan informasi 2. Kesalahan pemesanan barang 3. Waktu 4. Tidak sesuai dengan harapan konsumen.	1,2,3,4,5 6,7,8,9,10 11,12,13,14,15 16,17,18,19,20
Kepercayaan (X2)	1. Tanggung jawab, 2. Keamanan, 3. Jaminan kepuasan 4. Keterus terangan.	1,2,3,4,5 6,7,8,9,10 11,12,13,14,15 16,17,18,19,20

Variabel Penelitian	Indikator	Butir Angket
Keputusan Pembelian (Y)	1. Kebutuhan yang dirasakan,	1,2,3,4,5
	2. Kegiatan sebelum membeli,	6,7,8,9,10
	3. Perilaku waktu memakai	11,12,13,14,15
	4. perasaan setelah membeli,	16,17,18,19,20

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2009 :115) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini adalah 150 konsumen mahasiswa FEB UM Metro yang menggunakan *E-commerce* BukaLapak.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2016:81) menyatakan bahwa sampel diartikan sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan metode slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = nilai kritis atau taraf kesalahan dalam pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi (misal = 5%,10%, dan lain-lain).

Jumlah 150 sampel selama melakukan penelitian berdasarkan metode slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{150}{1 + 150(0.10)^2}$$

n = 60 responden.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling*. Menurut Sugiyono (2009:85), *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui ini cocok sebagai sumber data.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai sebuah tujuan penelitian. Sebelum melakukan penelitian biasanya peneliti telah melakukan sebuah dugaan dari teori yang digunakan, dugaan tersebut muncul dari hipotesis. Dan dari teknik pengumpulan data dapat dibedakan menjadi beberapa yakni :

1. Observasi

Observasi adalah aktivitas terhadap suatu proses atau objek dengan merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara penelitian dan narasumber. Seiring perkembangan teknologi, metode wawancara dapat pula dilakukan melalui media-media tertentu, dan wawancara terstruktur atau tidak bearatur.

3. Metode Angket dan Kuisoner

Kuisoner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk di jawab. Kuisoner merupakan sebuah pengumpulan data yang lebih efisien bila peneliti telah mengetahui dengan peneliti variable yang di ukur dan tahu apa yang di harapkan oleh responden. Metode angket atau kuisoner dalam penelitian ini dilakukan untuk pengambilan data Resiko Pembelian,

Kepercayaan dan Keputusan Pembelian *E-Commerce* BukaLapak. Kuisoner yang berupa pertanyaan di sebarakan kepada responden sesuai dengan permasalahan yang di teliti untuk memperoleh data yang berupa pernyataan responden.

Tabel 3. Skala Likert atau pertanyaan positif dan negatif

No	Skor	
	Positif	Negatif
A	5	1
B	4	2
C	3	3
D	2	4
E	1	5

Dan untuk menghitung jumlah skor yang ideal dari seluruh item maka menggunakan rumus : $Skor\ Kriteria = Nilai\ Skala \times Jumlah\ responden$ yang kemudian dimasukan ke dalam rating scale dengan ketentuan seperti tabel tersebut.

Tabel 4. Tabel Rating Scale

Nilai Jawaban	Skala
81-100	SS
61-80	S
41-60	CS
21-41	TS
0-20	STS

Sedangkan untuk mengetahui persentase jawaban para responden menggunakan rumus : $P = \frac{f}{n} \times 100\%$

P = Persentase

F = Frekuensi dari setiap jawaban angket

N = Jumlah skor ideal

100 = Bilangan tetap

F. Pengujian Persyaratan Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan untuk menguji tingkat kesahihan instrument masing-masing variabel. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang di inginkan dan dapat diungkapkan data dari variabel yang akan diteliti secara tepat. Menurut (Sugiyono, 2009:172) bahwa valid bearti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur. Selanjutnya Peneliti akan menentukan validitasnya berdasarkan formula tertentu, diantaranya kolerasi *Product Moment* dengan rumus :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(N \sum X^2 - (\sum X)^2)][(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)]}}$$

(Sumber:Sugiyono, 2016:183)

Keterangan :

- r hitung : Koefisien korelasi
- $\sum X$: Jumlah skor item
- $\sum Y$: Jumlah skor total
- N : Jumlah responden

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan seluruh responden sampel, kemudian membandingkan nilai rtabel.Dengan membandingkan rhitung dari r tabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel maka butir pertanyaan tersebut adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji untuk memastikan apakah kuisoner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variable penelitian reliable atau tidak. Kuisoner dikatakan reliable jika kuisoner tersebut dilakukan pengukuran ulang, maka akan mendapatkan hasil yang sama.Menurut Imam Ghozali (2011:47) uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisoner yang merupakan indikator-indikator dari variabel atau konstruk. Untuk menganalisis reliabilitas, pengukuran dilakukan sekli dan kemudian hasilnya dibandingkan

dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antara jawaban pertanyaan dengan menggunakan SPSS yaitu uji *Cronbach Alpha*.

Formula yang digunakan untuk menguji realibilitas instrumen dalam penelitian ini adalah :

$$R_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left[1 - \frac{\sum ab^2}{abt^2} \right]$$

(Sumber: Arikunto, 2010:239)

Keterangan :

R_{11} = Realibilitas instrument/koefisien reliabilitas.

K = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum ab^2$ = jumlah varians butir

abt^2 = varians total

G. Uji Persyaratan Analisis

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Sebelum melakukan analisis regresi linear berganda, terlebih dahulu di lakukan uji prasyarat atau uji asumsi klasik.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat nilai Sig. pada hasil uji normalitas dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Ketentuan suatu model regresi berdistribusi secara normal apabila probability dari *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari α ($p > 0,1$), atau dapat dilakukan dengan membuat hipotesis (Ghozali, 2013:164).

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah kedua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada spss dengan menggunakan test of linearity dengan pada taraf

0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikan (linearity) kurang dari 0,05.

c. Uji Homogenitas

Jika data sudah normal maka akan diuji apakah data tersebut homogen atau tidak. Uji yang digunakan adalah pengujian Homogenitas. Menurut (Arikunto 2010: 365-364) "pengujian homogenitas adalah pengujian mengenai seram tidaknya variansi sampel-sampel yang diambil dari populasi yang sama". Uji homogenitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji barlett. Teknis pengujian homogenitas menurut Budiyono (2013: 176) yaitu sebagai berikut:

1) Hipotesis

H_0 : kedua populasi mempunyai variansi yang homogen.

H_1 : kedua populasi mempunyai variansi yang tidak homogen.

2) Statistik Uji

$$x^2 = \frac{K}{c} (f \log RKG - \sum f_j \log S_j^2)$$

(Menurut: Budiyono, 2013:176)

Dengan :

K = banyaknya populasi = banyaknya sampel

$f = N - k = \sum_{j=1}^k f_j$ = derajat kebebasan untuk RKG

N = banyaknya seluruh nilai (ukuran)

$f_{j=n_j} - 1$ = derajat kebebasan untuk $s_{j^2:j} = 1, 2, \dots \dots k$:

N_j = banyaknya nilai (ukuran) sampel ke = ukuran sampel ke j

$$RKG = \frac{\sum SS_j}{\sum f_j}$$

$$SS_j = \sum X^2_j - \frac{(\sum x^1)^2}{n_j} = (n_j - 1)s^2_j$$

3) Taraf Signifikansi

$$\alpha = 0,05$$

4) Daerah Kritik

$DK = \{X^2IX^2 > X^2 \alpha, k - 1\}$, dengan k adalah banyaknya kelompok. Dimana $X^2 \alpha, k - 1$ diperoleh dari tabel *chi square*.

5) Keputusan Uji

H_0 ditolak jika harga statistik uji berada di daerah kritik

- 6) Kesimpulan
- Populasi- populasi homogen jika H_0 diterima
 - Populasi- populasi tidak homogen jika H_0 ditolak

$$c = 1 + \frac{1}{3(k-1)} \left[\sum \frac{1}{f_j} - \frac{1}{f} \right]$$

H. Model Analisis

Data yang diperoleh dari suatu penelitian harus dianalisa terlebih dahulu secara benar agar dapat ditarik suatu kesimpulan yang merupakan jawaban yang tepat dari permasalahan yang diajukan

a. Model Regresi Linear berganda

Regresi berganda adalah model regresi atau prediksi yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas dan Linieritas merupakan sifat yang berhubungan dengan linier antar variabel, yang artinya setiap terjadi perubahan satu perubahan akan diikuti perubahan dengan besaran yang sejajar pada variabel lainnya. Uji linieritas biasanya bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Teknis analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk menguji hipotesis ke-1 dan ke-2, yaitu Pengaruh resiko pembelian dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian di *E-commerce* BukaLapak (Studi pada mahasiswa FEB UM Metro). Adapun persamaan regresi linier berganda untuk model penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + et$$

(Sumber: J. Supriyanto, 2009:239)

Dimana :

- Y = Keputusan Pembelian
a = Konstanta
b1,b2, = Koefensi regresi
X1,x2, = Variabel bebas (resiko pembelian dan kepercayaan)
et = Error term

b. Uji Parsial t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya. Pengolahan data akan dilakukan dengan menggunakan alat bantu aplikasi *software* IBM SPSS *Statistic* 25.0 agar pengukuran data yang dihasilkan lebih akurat. Selanjutnya untuk mencari nilai *t* hitung menurut Sugiyono (2017 : 184) maka pengujian tingkat signifikannya adalah dengan menggunakan rumus:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber: Sugiyono (2017 : 184)

Keterangan:

r = Korelasi

n = Banyaknya sampel

t = Tingkat signifikan (t Hitung) yang selanjutnya dibandingkan dengan t tabel.

Hasil hipotesis f hitung dibandingkan dengan f tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh)
- b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 dan H_a ditolak (tidak berpengaruh).

c. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui apakah variabel-variabel X secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent. Uji F membuktikan apakah terdapat minimal satu variabel Y. Pengujian hipotesis menurut Sugiyono (2017 : 192) dapat digunakan rumus signifikan korelasi ganda sebagai berikut:

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1-R^2)(n-k-1)}$$

Sumber: Sugiyono (2017 : 192)

Keterangan:

R = Koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel independen

N = Jumlah anggota sampel

Dk = (n-k-1) derajat kebebasan

Setelah dilakukan analisis data dan diketahui hasil perhitungannya, maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} atau bisa juga dengan memperhatikan signifikansi F lebih kecil atau sama dengan 0.05 atau signifikansi F lebih besar dari 0.05.

Pengujian membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh).
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak berpengaruh).

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol dan satu: Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel (Kuncoro, 2011: 100).

I. Hipotesis Statistik

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Dugaan jawaban tersebut merupakan kebenaran yang sifatnya sementara, yang akan di uji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian.

Hipotesis statistik merupakan dugaan atau pernyataan yang perlu diuji kebenarannya berdasarkan hal tersebut hipotesis penelitian ini adalah :

1. $H_a : \beta_1 \leq 0$: tidak ada pengaruh resiko pembelian terhadap keputusan pembelian di *E-commerce* BukaLapak.
 $H_0 : \beta_1 > 0$: ada pengaruh resiko pembelian terhadap keputusan pembelian di *E-commerce* BukaLapak.
2. $H_a : \beta_2 \leq 0$: tidak ada pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian di *E-commerce* BukaLapak.

- $H_0 : \beta_2 > 0$: ada pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian di *E-commerce* BukaLapak.
3. $H_a : \beta_1 : \beta_2 \leq 0$: tidak ada pengaruh resiko pembelian dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian di *E-commerce* BukaLapak.
- $H_0 : \beta_1 : \beta_2 > 0$: ada pengaruh resiko pembelian dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian di *E-commerce* BukaLapak.