

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatory (*eksplanatory research*) yaitu meneliti keterkaitan antar variabel bebas dan variabel terikat. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan atau *field research*.

Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis. (Sugiono, 2013 : 13).

B. Objek dan Lokasi Penelitian

Objek utama dalam melakukan penelitian ini adalah Pengaruh Iklan Online, Kualitas Website Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Situs Online Traveloka)". Adapun lokasi penelitian ini dilaksanakan di Kota Metro.

C. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah (Sugiyono, 2013 : 5).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ekspalatory survey* yaitu suatu survey yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara dua variabel melalui pengujian hipotesis yang dirumuskan atau sering disebut sebagai penelitian penjelas.

Menurut Sugiyono (2013 : 11) metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam mengumpulkan data misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam ekperimen).

1. Operasional Variabel Penelitian

Operasional variabel disini menjelaskan keterkaitan antar variabel – variabel penelitian dengan tujuan memberikan kesimpulan mengenai batasan serta ruang lingkup penelitian. Berikut variabel yang dianalisis meliputi :

a. Variabel Independent (X)

Dikenal juga dengan nama lain variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Namun kita sering menyebutnya sebagai variabel bebas, variabel ini menjadi variabel yang mempengaruhi munculnya variabel terikat (dependen).

Variabel independen pada penelitian kali ini adalah :

1) Iklan Online (X₁)

- a) Definisi konseptual : Iklan online adalah bentuk pemasaran dengan menggunakan media internet untuk menyampaikan pesan atas suatu produk kepasar/konsumen
- b) Definisi operasional :
 - Pemasaran
 - Media internet

- Penyampaian pesan
- Produk
- Pasar/konsumen

2) **Kualitas *Website* (X_2)**

a) Definisi konseptual : kualitas *website* merupakan tingkat yang diharapkan oleh pengguna *website* untuk mendapatkan informasi serta interaksi dengan penyedia layanan ketika menggunakan sebuah *website* tersebut.

b) Definisi Operasional :

- Informasi
- Interaksi
- Kegunaan (usability)

3) **Kepercayaan (X_3)**

a) Definisi konseptual : Kepercayaan merupakan ketulusan atau kesungguhan, kemampuan dan integritas yang dipertahankan oleh individu dari satu pihak ke pihak lainnya yang dapat dipercaya.

b) Definisi operasional :

- kesungguhan/ketulusan (*Benevolence*),
- kemampuan (*Ability*),
- integritas (*Integrity*).

b. **Variabel Dependent (Y)**

Variabel dependent memiliki sebutan lain yaitu, variabel output, criteria, konsekuen. Namun lebih akrab kita kenal dengan sebutan variabel terikat, yang menjadi variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (independen).

Variabel bebas pada penelitian ini yaitu :

Keputusan Pembelian (Y)

- 1) Definisi konseptual : keputusan pembelian adalah tindakan pembelian setelah membandingkan produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh oleh pembelian dari produk yang diinginkan tersebut.
- 2) Definisi operasional :
 - Tindakan
 - Harapan
 - Keinginan

Tabel 4 Kisi – kisi angket kuesioner

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan
Iklan Online (X_1)	a. Pemasaran b. Media internet c. Penyampaian pesan d. Produk e. Pasar/konsumen.	1,2,3,4, 5,6,7,8,9, 10,11,12 13,14,15,16, 17,18,19,20.
Kualitas <i>Website</i> (X_2)	a. Informasi b. Interaksi c. Kegunaan (<i>ussability</i>)	1,2,3,4,5, 6,7,8,9,10, 11,12,13,14,15. 16,17,18,19,20
Kepercayaan (X_3)	a. Kesungguhan/ketulusan (<i>Benevolence</i>) b. Kemampuan (<i>Ability</i>) c. Integritas (<i>Integrity</i>)	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10, 11,12,13,14,15 16,17,18,19,20
Keputusan Pembelian (Y)	a. Tindakan b. Harapan c. Keinginan	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11 12,13,14,15,16 17,18,19,20

D. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang dipelajari oleh peneliti kemudian dapat ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013 : 80). Sedangkan menurut

Arikunto (2014 : 173) Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian yang terdiri dari himpunan unit, misalkan orang, kejadian, atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu.

Untuk memberikan batasan ideal populasi, dibuatlah unit analisis dan unit observasi yang telah ditetapkan. Unit analisis adalah satuan yang menjadi sumber data, sedangkan unit observasi adalah satuan dimana sumber data tersebut diperoleh. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Metro sebanyak 300 orang yang pernah mengunjungi situs Traveloka.com selama januari sampai februari 2020.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang di teliti (Arikunto, 2014 : 109). Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Beberapa alasan pengambilan sampel adalah :

- a. Kemampuan peneliti dilihat dai waktu, tenaga, dan dana,
- b. Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya data,
- c. Lebih mudah dalam penyebaran angket karena sudah ditentukan jumlahnya.

Berpijak pada pendapat tersebut, maka pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah 25% dari populasi yang ada, karena jumlah populasi melebihi 100 yaitu 300 orang. Berarti $200 \times 25\% / 100 = 75$, jadi sampel yang digunakan sebanyak 75 orang.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan non *probability sampling* karena peluang unit populasi untuk menjadi sampel tak

dapat diperhitungkan kesempatannya, atau dengan kata lain tiap unit memiliki kesempatan yang tak dapat ditentukan untuk menjadi sampel. Untuk teknik pengambilan sampel probability ini, penulis memilih metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2013 : 85) *purposive sampling* adalah proses pada populasi tertentu dimana proses pemilihan tiap - tiap individu berdasarkan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti.

c. Skala Pengukuran

Menurut Riduwan dan Akdon (2010 : 16) Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi responden tentang fenomena sosial yang terjadi. Dalam skala *Likert*, variabel yang diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel dan dijadikan titik tolak untuk menyusun item – item instrumen yang berupa pernyataan maupun pertanyaan. Adapun jawaban dari setiap item instrumen dari skala Likert yaitu dengan memberikan skor atau nilai pada setiap jawaban dengan pilihan sebagai berikut :

Tabel 5 Skala *Likert*

Indikator	Nilai
a. Sangat Setuju (SS)	5
b. Setuju (S)	4
c. Ragu - Ragu (RR)	3
d. Tidak Setuju (TS)	2
e. Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Riduwan dan Akdon (2010:16)

E. Teknik Pengumpulan Data

Berikut jenis dan sumber data yang dapat digunakan dalam pengumpulan data sebagai berikut :

1. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh secara langsung tanpa perantara artinya data diperoleh langsung dari pembelian. Dalam penelitian ini, data primer menggunakan kuesioner dan sumber data diperoleh langsung dari masyarakat Kota Metro.

2. Data Sekunder

Yaitu data yang didapatkan melalui perantara atau diperoleh secara tidak langsung dari pihak lain. Adapun pengumpulan data berdasarkan tekniknya meliputi :

a. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi dari terwawancara (*interviewer*) dengan pengamatan langsung ke lapangan. Wawancara ini dilakukan dengan sesi tanya jawab kepada Masyarakat Kota Metro.

b. Observasi

Peneliti melakukan pengamatan terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra. Pengamatan ini dapat dilakukan untuk mengetahui aspek kejiwaan yang ingin diselidiki.

c. Kuesioner

Peneliti memberikan beberapa pertanyaan yang dapat berupa pertanyaan tertulis kepada pelanggan mengenai pengaruh iklan online, kualitas website dan kepercayaan untuk mengetahui tingkat kepuasan pembelian tiket secara online.

Peneliti melakukan pengumpulan data kemudian ditentukan alat untuk memperoleh data dari elemen – elemen yang diselidiki. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan kuesioner.

F. Pengujian Persyaratan Instrumen

Uji instrumen digunakan dengan tujuan memudahkan penelitian sehingga hasil yang diteliti menjadi lebih baik, sistematis, dan lebih mudah diolah. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrumen atau alat yang dibuat sesuai dengan pengukuran data tentang jawaban dari setiap responden. Uji instrumen dilakukan bersamaan dengan penelitian sampel.

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat – tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen (Arikunto, 2014 : 211). Suatu instrumen dikatakan baik apabila mempunyai kevalidan data dari variabel yang diteliti sehingga peneliti memperoleh validias logis dan validitas instrumen yang sudah disusun berdasarkan pengalamannya.

Dengan pengujian tersebut maka akan didapatkan tingkat *validitas empiris*. Untuk melalukan pengujian empiris tersebut peneliti mencobakan instrumen tersebut pada data penelitian.

Penelitian ini menggunakan korelasi *Pearson produk moment* yang merupakan alat uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis (uji hubungan) linier antara dua variabel yang datanya berskala interval atau ratio.

Berikut rumus korelasi *product moment* (r) yang dikemukakan Pearson dalam Arikunto (2014 : 213) sebagai berikut :

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

Keterangan :

r_{xy} : koefisien korelasi antara dua variabel

$\sum x$: jumlah skor item

$\sum Y$: jumlah skor total

N : jumlah responden

Nilai r hitung dibandingkan dengan r tabel (df = n-k dengan tingkat kesalahan 0,05), jika r tabel < r hitung maka butir soal disebut valid.

b. Uji Reliabilitas

Istilah reliabilitas menunjuk pada satu pengertian suatu instrumen cukup dapat dipercaya atau stabil dan konsisten yang digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen yang sudah baik (Arikunto, 2014 : 221). Suatu instrumen dikatakan baik apabila tidak bersifat tendensius yang mengarahkan responden memilih jawaban – jawaban tertentu. Pengukuran reliabilitas pada penelitian ini menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, dimana semakin tinggi koefisien maka instrumen pengukurannya semakin baik . Menurut Arikunto (2014 : 239) rumus *Alpha Cronbach* adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Dimana :

r_{11} : reabilitas instrumen/koefisien reliabilitas

k : banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma b^2$: jumlah varian butir

σt^2 : varian total

Jika nilai r > 0,60 disebut reliabel. Jika koefisien korelasinya lebih tinggi maka instrumen tersebut semakin reliabel. Pengujian validitas dan reliabilitas instrument dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) 25 for windows.

G. Pengujian Persyaratan Analisis Regresi

Setelah data terkumpul, selanjutnya dianalisis dengan metode statistik. Dalam analisis regresi digunakan untuk mengetahui hubungan fungsional satu atau lebih variabel antara variabel independen dengan variabel dependen atau mendapatkan hubungan positif negatif dari variabel independen terhadap variabel dependen serta memprediksi nilai rata – rata variabel dependen yang didasarkan pada nilai variabel independen yang diketahui.

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) 25 for windows. Menurut Ghazali (2012 : 160) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Setelah data dari responden/pembelian tersebut didapat, maka dapat dilakukan pengujian kenormalan dari data tersebut. Langkah – langkah uji normalitas :

a. Rumus Hipotesis :

H_0 : Sampel diambil dari populasi berdistribusi normal

H_a : Sampel diambil dari populasi yang tidak berdistribusi normal

b. Taraf signifikansi = 5% = 0,05

c. Rumus Statistik Chi Kuadrat yaitu sebagai berikut :

$$x^2_{hit} = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Dimana :

x^2 = Chi Kuadrat

O_i = Frekuensi yang diobservasi

E_i = Frekuensi yang diharapkan

Untuk menentukan atau mencari O_i (frekuensi observasi) dan E_i (frekuensi yang diharapkan), menggunakan langkah sebagai berikut :

- 1) Membuat daftar distribusi frekuensi
 - a) Menentukan rentang (R) = Data terbesar – data terkecil.
 - b) Menentukan kelas interval (K) = $1 + 3,3 \log n$.
 - c) Menentukan panjang kelas interval (P) = $\frac{R}{K}$

2. Uji Homogenitas

Uji homogenitas dilakukan sebelum peneliti menentukan sampel penelitian. Uji homogenitas dilakukan untuk memastikan bahwa sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini mempunyai varian yang berasal dari populasi yang homogen. Uji homogenitas dilakukan dengan bantuan SPSS 25 yaitu dengan menggunakan uji *Levene (Homogeneity of Variance)*. Adapun langkah – langkah uji homogenitas adalah sebagai berikut :

- a. Menentukan hipotesis

H_0 : data sampel berasal dari populasi yang homogen

H_a : data sampel dari populasi yang homogen
- b. Menentukan taraf signifikan $\alpha = 0,05$
- c. Menentukan kriteria

H_0 : diterima jika sign (P-value) $> \alpha$

H_a : diterima jika sign (P-value) $\leq \alpha$
- d. Melakukan perhitungan uji homogenitas dengan uji *Levene (Homogeneity of Variance)* menggunakan bantuan SPSS 25.
- e. Menarik kesimpulan.

3. Uji Linearitas

Menurut Riduwan (2010:184) uji linearitas bertujuan untuk menguji data yang dihubungkan, apakah berbentuk garis linear atau tidak. Uji linearitas ini juga bertujuan untuk memastikan hubungan antara variabel x dan y bersifat linear, kuadratik, atau dalam derajat yang lebih tinggi.

Kaidah yang digunakan yaitu sebagai berikut :

- a. Jika signifikansi (Sig) > 0,05, maka data tersebut mempunyai hubungan linear.
- b. Jika signifikansi (Sig) < 0,05, maka data tersebut tidak mempunyai hubungan linear.

Dalam menghitung pengujian ini digunakan alat hitung berupa program SPSS 25.

H. Pengujian Model Analisis

1. Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan online, kualitas *website*, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian tiket online. Adapun persamaan regresi dari penelitian ini adalah :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (keputusan pembelian)

a = konstanta

X₁, X₂, X₃ = Variabel independen

β₁, β₂, β₃ = koefisien regresi

e = pengganggu (*error*)

Dalam menghitung pengujian ini digunakan alat hitung berupa program SPSS 25.

2. Uji t (pengujian parsial)

Uji *t* digunakan untuk mengetahui seberapa jauh variabel penjelas/independen secara individu mempengaruhi variabel dependen. Berikut nilai t_{hitung} diperoleh dengan rumus :

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

Dimana: :

t_{hitung} : nilai *t*

r : nilai koefisien korelasi

n : jumlah sampel

Kriteria pengujian :

a. H_0 diterima dan H_a ditolak jika harga $t_{hitung} < t_{tabel}$

b. H_0 ditolak dan H_a diterima jika harga $t_{hitung} > t_{tabel}$

Dalam menghitung pengujian ini digunakan alat hitung berupa program SPSS 25.

3. Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel dependen. Cara yang digunakan adalah dengan melihat besarnya nilai probabilitas signifikannya. Jika nilai probabilitas signifikansinya kurang dari 5% maka variabel independen akan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghazali,

2012 : 98). Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol atau $H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$ artinya adalah iklan online, kualitas *website*, dan kepercayaan secara simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pembelian.

Hipotesis alternatifnya (H_a), tidak semua parameter simultan dengan nol, atau $H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$ yang artinya adalah iklan online, kualitas *website*, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pembelian.

- a. Dengan menggunakan nilai probabilitas sign.
 - 1) Jika tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.
 - 2) Jika tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.
- b. Dengan membandingkan F hitung dengan tabel

jika harga $F_{hitung} < F_{tabel}$ H_0 diterima dan H_a ditolak

jika harga $F_{hitung} > F_{tabel}$ H_0 ditolak dan H_a diterima

4. Determinasi (R^2)

Uji determinasi/R Square adalah teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas/independen terhadap variabel terikat/dependen. Maka dalam uji determinasi pada penelitian ini akan dilakukan pada variabel iklan online (X_1), kualitas website (X_2) dan kepercayaan (X_3) terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Menurut Riduwan (2010 : 125) rumus koefisien determinasi ganda adalah sebagai berikut :

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

KP : koefisien determinasi ganda

r : nilai koefisien korelasi

Nilai r bervariasi mulai dari $0 - 1$, yang berarti jika $r = 1$ maka variabel bebas/independen memberikan pengaruh terhadap variabel terikat/dependen, namun jika $r = 0$ maka variabel bebas tidak memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Jika r semakin tinggi atau mendekati 1, maka model yang digunakan akan semakin baik.

I. Hipotesis Statistik

Uji hipotesis adalah suatu jawaban yang sifatnya sementara terhadap permasalahan yang diteliti, sampai terbukti kebenarannya melalui data yang terkumpul. Menurut Sugiyono (2013 : 160) hipotesis statistik diartikan sebagai pernyataan mengenai keadaan populasi yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian (statistik).

Keputusan dari uji hipotesis hampir selalu dibuat berdasarkan pengujian hipotesis nol, karena peneliti tidak berharap adanya perbedaan antara sampel dan populasi atau statistik dan parameter. Ini adalah pengujian untuk menjawab pertanyaan yang mengasumsikan hipotesis nol adalah benar yaitu :

a. Pengujian pengaruh X_1 dan Y

$H_0 : \beta \leq 0$: iklan online (X_1) tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y).

$H_a : \beta > 0$: iklan online (X_1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y).

b. Pengujian pengaruh X_2 dan Y

$H_0 : \beta \leq 0$: kualitas website (X_2) tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y).

$H_a : \beta > 0$: kualitas website (X_2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y).

c. Pengujian pengaruh X_3 dan Y

$H_o : \beta \leq 0$: kepercayaan (X_3) tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y).

$H_a : \beta > 0$: kepercayaan (X_3) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y).

d. Pengujian pengaruh X_1, X_2, X_3 , dan Y

$H_o : \beta \leq 0$: kepercayaan (X_3) tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y).

$H_a : \beta > 0$: kepercayaan (X_3) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y).