

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek Dan Subyek Penelitian

Menurut Sekaran (2006) Populasi (*population*) adalah keseluruhan kelompok orang, kejadian atau hal minat yang ingin peneliti investigasi. Lebih lanjut, populasi merupakan kumpulan semua elemen dalam kelompok populasi dimana sampel diambil. Sedangkan obyek adalah tempat dimana populasi itu berada. Sehingga obyek dalam penelitian ini adalah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Subyek penelitian merupakan responden yang akan menjawab dan mengisi setiap pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner penelitian. Subyek dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang pernah melakukan transaksi *online* di Zalora Indonesia .

B. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dari pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden. Data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi. Sumber data primer adalah responden individu, kelompok fokus, internet juga dapat menjadi sumber data primer jika koesioner disebarakan melalui internet (Uma Sekaran, 2011)

C. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel (*Sampling*) adalah proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi (Sekaran, 2006). Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*. *Non probability sampling* artinya setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan dan peluang yang sama sebagai sampel. Jenis *non probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan tujuan dan pertimbangan tertentu. Sampel penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang pernah melakukan transaksi *online* pada Zalora Indonesia minimal 2 kali dalam 6 bulan terakhir. Penentuan syarat sampel tersebut bertujuan agar responden masih mempunyai ingatan yang baik terhadap pengalaman dan perasaan yang dirasakan selama melakukan transaksi secara *online*, sehingga responden dapat memberikan jawaban yang sesuai dan akurat.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (daftar pertanyaan) yang diberikan secara langsung kepada responden untuk memperoleh data primer. Kuesioner dalam penelitian ini disebarluaskan secara langsung dan secara online. Kuesioner berupa penilaian responden terhadap pernyataan yang terkait dengan variabel penelitian dan objek penelitian. Kuesioner memuat item

pernyataan dari empat variabel penelitian yaitu, kepercayaan, kenyamanan berbelanja *online*, kepuasan konsumen dan niat pembelian ulang.

Sampel adalah bagian dari populasi, sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi (Sekaran, 2006). Pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa sampel adalah bagian kecil dari kelompok yang jumlahnya banyak atau bahkan tidak terhitung. Namun tidak semua dari populasi yang ada mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Sampel idealnya 5 sampai 10 kali dari jumlah parameter/indikator yang diteliti. Dalam penelitian ini terdapat 17 indikator yang diteliti, sehingga jika dikalikan 5 sampai 10 maka sampel berkisar antara 85 sampai 170. Berdasarkan perhitungan tersebut, perkiraan jumlah sampel berada dikisaran 85 sampai 170 sampel. Namun sebagai pertimbangan untuk mendapatkan hasil yang signifikan dan untuk memperoleh hasil yang tidak bias maka disarankan menggunakan sampel minimal 100. Oleh karena itu dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 150.

Penelitian ini menggunakan variabel yang bersifat kuantitatif maka untuk mengukur variabel tersebut digunakan skala likert. Pernyataan yang terdapat didalam kuesioner dibuat menggunakan skala 1-5 untuk mewakili pendapat responden. Nilai untuk skala tersebut adalah:

Tabel 3.1 Keterangan Nilai Skala

Keterangan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional adalah penentuan konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur (Sugiono, 2014). Definisi operasional menjelaskan cara khusus yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan konstrak, sehingga memungkinkan bagi peneliti lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan menggunakan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konstrak yang lebih baik. Penelitian ini menggunakan empat variabel yaitu kepercayaan, kenyamanan berbelanja *online*, kepuasan konsumen dan niat pembelian ulang.

1. Variabel eksogen

Variabel eksogen adalah variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen. Pada model SEM, variabel eksogen ditunjuk dengan adanya anak panah yang berasal dari variabel tersebut menuju ke variabel endogen. Variabel eksogen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kepercayaan dan kenyamanan berbelanja *online*.

2. Variabel intervening

Variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel intervening merupakan variabel penghubung. Variabel intervening yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

3. Variabel endogen

Variabel endogen adalah variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel independen (eksogen). Pada model SEM, variabel eksogen ditunjukkan dengan adanya anak panah yang menuju ke variabel tersebut.

Variabel endogen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah niat pembelian ulang. Ringkasan pengukuran setiap variabel disajikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabell Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
Kepercayaan	Kepercayaan adalah keyakinan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya akan memenuhi segala kewajibannya secara baik dan sesuai dengan yang diharapkan (Parastanti. dkk,2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kejujuran 2. Tindakan Unoportunistik 3. Penepatan janji 4. Terpercaya 	Baskara dan Sukaadmadja (2016)
Kenyamanan Berbelanja <i>Online</i>	Kenyamanan berbelanja <i>online</i> adalah kenyamanan yang dirasakan oleh konsumen ketika melakukan traksaksi secara <i>online</i> . Belanja <i>online</i> akan terjadi jika pelanggan merasa aman dan nyaman (Palvia, 2009)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kenyamanan bertransaksi 2. Situs yang menarik 3. Kemudahan bertransaksi 4. Kemudahan akses 5. Kesenangan 	Baskara dan sukaadmadja (2016), Nuryakin dan Farida (2016)
Kepuasan Konsumen	Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja 2. Kualitas produk 	Baskara dan Sukaadmadja (2016)

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
	yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler dan Keller, 2009).	3. Pengalaman menyenangkan 4. Pilihan yang tepat	Nuryain dan Farida (2016)
Niat Pembelian Ulang	Niat beli adalah rencana untuk membeli barang atau jasa di waktu kedepan (Utomo <i>et al.</i> ,2011)	1. Membeli kembali pada situs yang sama 2. Memberikan referensi produk kepada orang lain 3. Memiliki niat membeli ulang barang yang sama 4. Memprioritaskan <i>e-commerce</i> tertentu	Nuryakin dan Farida (2016), Baskara dan Sukaadmadja (2016)

F. Uji Kualitas Instrumen

Uji kualitas instrumen menjelaskan tentang uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya sebuah kuesioner. Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan dalam kuesioner mampu untuk menjelaskan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya sebuah kuesioner. Suatu test dapat dikatakan mempunyai validitas apabila test tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud/tujuan diadakan test tersebut. Uji validitas dalam

penelitian ini menggunakan *convergent validity*. suatu penelitian dikatakan memiliki validitas yang baik jika kriteria nilai *loading factor* $> 0,5$ (Ghozali, 2014).

2. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas dimaksudkan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Realibilitas diukur dengan uji statistik *Construct Reliability*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Construct Reliability* $> 0,6$ (Ghozali, 2014).

G. Analisis Data Dan Pengujian Hipotesis

Menurut Sugiyono (2014) analisis data adalah interpretasi untuk penelitian yang diajukan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam rangka mengungkap fenomena sosial tertentu. Lebih lanjut menurut beliau Analisis data adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diimplementasikan. Untuk menguji hubungan variabel yang kompleks penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM)

Menurut Hair et. al dalam Ghozali (2014) terdapat 7 (tujuh) tahapan permodelan dan analisis persamaan structural sebagai berikut :

1. **Langkah 1:** Pengembangan Model Berdasarkan Teori. Model persamaan struktural didasarkan pada hubungan kausalitas, dimana perubahan satu variabel diasumsikan akan berakibat pada perubahan variabel lainnya. Kesalahan paling kritis di dalam pengembangan model berdasarkan teori adalah dihilangkannya satu variabel prediktif atau lebih dan masalah ini

dikenal dengan *specification error*. Implikasi dari menghilangkan variabel signifikan adalah memberikan bias pada penilaian pentingnya variabel lainnya.

2. **Langkah 2 dan 3:** Menyusun Diagram Jalur (*Path Diagram*) dan Mengubah Diagram Jalur Menjadi Persamaan Struktural. Ada dua hal yang perlu dilakukan untuk menyusun model struktural yaitu menghubungkan antar konstruk laten baik endogen maupun eksogen dan menyusun *measurement model* yaitu menghubungkan konstruk laten endogen atau eksogen dengan variabel indikator atau *manifest*. Ketika *measurement model* telah terspesifikasi, maka harus menentukan reliabilitas dari indikator. Reliabilitas indikator dapat dilakukan dengan dua cara yaitu diestimasi secara empiris atau di spesifikasi. Disamping menyusun model spesifikasi baik struktural dan *measurement model*, dapat juga menspesifikasi korelasi antara konstruk eksogen atau antara konstruk endogen
3. **Langkah 4:** Memilih Matrik Input Untuk Analisis Data dan Estimasi Model yang Diusulkan. Model persamaan sktruktural berbeda dari teknik analisis *multivariate* lainnya, SEM hanya menggunakan data input berupa matrik varian/kovarian atau matrik korelasi. Besarnya ukuran sampel memiliki peranan penting dalam interpretasi hasil SEM. Ukuran sampel memberikan dasar untuk mengestimasi *sampling error*. Dengan model estimasi menggunakan *Maximum Likelihood* (ML) minimum diperlukan sampel 100. Ketika sampel dinaikkan di atas nilai 100, metode ML meningkat

sensitivitasnya untuk mendeteksi perbedaan antar data. Jadi, dapat direkomendasikan bahwa ukuran sampel antara 100 sampai 200 harus digunakan untuk metode estimasi ML. Teknik estimasi model persamaan struktural pada awalnya dilakukan dengan *ordinary least square (OLS) regression*, tetapi teknik ini telah digantikan oleh *Maximum Likelihood (ML)* yang lebih efisien dan *unbiased* jika asumsi normalitas *multivariate* dipenuhi.

4. **Langkah 5:** Menilai Identifikasi Model Struktural. Cara melihat ada tidaknya masalah identifikasi adalah dengan melihat hasil estimasi yang meliputi adanya nilai standar error yang besar untuk satu atau lebih koefisien, ketidakmampuan program untuk *invert information matrix*, nilai estimasi yang tidak mungkin, dan adanya nilai korelasi yang tinggi. Untuk mengatasi masalah identifikasi adalah menetapkan lebih banyak konstrain dalam model.
5. **Langkah 6:** Mengevaluasi Estimasi Model. Ada tiga asumsi dasar yang harus dipenuhi untuk dapat menggunakan model persamaan struktural yaitu observasi data independen, responden diambil secara random, dan memiliki hubungan linear.
6. **Langkah 7:** Interpretasi Terhadap Model. Modifikasi dari model awal harus dilakukan setelah dikaji banyak pertimbangan. Jika model dimodifikasi, maka model tersebut harus di *cross-validate* sebelum model modifikasi diterima. Pengukuran model dapat dilakukan dengan *modification indices*.