

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek/Subyek Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Kota Yogyakarta dengan subyek penelitian pelanggan Tokopedia.com.

B. Jenis Data

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber data yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti (Cooper dan Emory, 2008). Sumber data primer pada penelitian ini adalah data yang dikumpulkan berdasarkan hasil pengisian daftar pertanyaan yang telah disiapkan terlebih dahulu. Data diperoleh dengan menyebarkan daftar pertanyaan (kuesioner) secara langsung kepada pelanggan Tokopedia.com di Yogyakarta.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu berdasarkan ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya (Sugiyono, 2007).

Dalam penelitian ini kriteria yang digunakan sebagai sampel adalah:

1. Pembeli Tokopedia.com minimal selama 3 bulan terakhir.
2. Berdomisili di Yogyakarta.

3. Berusia 17 tahun ke atas

Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus (Djarwanto dan Subagyo, 2011):

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right]^2$$

n = Jumlah sampel

Z = Nilai Z pada $\alpha/2$

α = Taraf signifikansi

E = Tingkat kesalahan pengambilan sampel maksimum yang diinginkan peneliti.

Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menetapkan tingkat kesalahan data yang masih dapat ditolerir (α) sebesar 5%. Dengan demikian, maka $Z_{\frac{1}{2}\alpha} = 1,96$ (dari tabel Z). Besarnya deviasi sampling maksimum (tingkat penyimpangan/kesalahan maksimum yang bisa diterima) merupakan keputusan subyektif, dimana peneliti bebas menentukan besarnya, dengan ketentuan $E \neq 0$. Untuk penelitian ini, E ditetapkan sebesar 10% sehingga tingkat kebenarannya adalah 90%. Besar sampel dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{1}{4} \left[\frac{1,96}{0,1} \right]^2 \\ &= 96,04 \text{ (dibulatkan menjadi 100 responden)} \end{aligned}$$

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket (kuesioner). Kuesioner adalah kumpulan dari daftar pertanyaan yang diajukan secara tertulis kepada seseorang (dalam hal ini adalah responden), dan cara menjawab juga dilakukan dengan tertulis. Kuesioner

merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel penelitian disajikan pada tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi operasional	Indikator
Variabel independen: Resiko transaksi	Resiko terhadap nominal transaksi yang tidak sesuai harapan yang berakibat pada konsumen atau pada penjual	a. Sistem keamanan memberikan keyakinan. b. Biaya tambahan tidak membebani. c. Informasi syarat dan ketentuan memberikan keyakinan. (Naomi, 2016)
Resiko produk	Kegagalan fungsi produk yang dijual sehingga tidak memiliki nilai guna	a. Selalu mendapatkan apa yang diorder b. Barang diterima dalam kondisi yang bagus. c. Kualitas barang dapat dinilai dari internet (Naomi, 2016)
Resiko kenyamanan	Kenyamanan yang dirasakan oleh konsumen setelah melakukan pembelian terhadap belanja online	a. Mudah mencari produk yang tepat. b. Informasi memberi keyakinan untuk tidak mencoba produk c. Pembatalan order yang mudah d. Proses pengembalian produk rusak yang mudah (Naomi, 2016)
Resiko kegagalan pengiriman atau pengantaran produk	Kegagalan pengiriman atau pengantaran produk dari perusahaan ke tangan konsumen	a. Produk yang dipesan secara online diterima b. Kesesuaian produk yang dibutuhkan dan system pengiriman (Naomi, 2016)
Kebijakan pengembalian	Penjual atau perusahaan yang menawarkan produk yang memiliki kebijakan atau standard prosedur berjualan via internet yang tidak merugikan konsumen	a. Produk yang dipesan diterima b. Pengembalian produk tanpa embel-embel pamrih c. Produk bergaransi (Naomi, 2016)
Infrastruktur pelayanan	Hal yang berhubungan dengan media belanja online, perusahaan dapat melayani pelanggan selama 24jam sesuai dengan konsep belanja online	a. Tidak takut cyber-laws b. Biaya tambahan pengiriman produk c. Waktu tersita untuk membeli produk (Naomi, 2016)
Norma subyektif	Suatu hal yang berkaitan dengan niat karena seseorang sering bertindak berdasarkan persepsi mereka tentang apa yang orang lain pikirkan mereka harus melakukannya	a. Senang berbelanja dengan anggota keluarga atau teman-teman b. Pendapat teman sangat penting ketika membeli barang c. Berbagi pengalaman melalui tinjauan produk online (Naomi, 2016)

Adopsi inovasi lebih awal	Adalah sejauh mana seorang individu relatif lebih awal dalam mengadopsi inovasi dibanding yang lain	<ul style="list-style-type: none"> a. Keyakinan berbelanja online b. Keyakinan menggunakan internet untuk berbelanja c. Selalu yang pertama untuk mencoba teknologi baru d. Teman sering bertanya apabila ingin mencoba sesuatu yang baru (Naomi, 2016)
Variebel dependen: Perilaku online shopping	Perilaku konsumen saat melakukan pembelian melalui media internet	<ul style="list-style-type: none"> a. Tidak harus pergi ke toko b. Informasi yang cukup mengenai spesifikasi produk c. Informasi testimonial produk dari pelanggan d. Informasi ketersediaan produk e. Jaminan keamanan dalam proses transaksi f. Proses pembayaran mudah g. Produk yang dijual kompetitif h. Mengimbangi gaya hidup (Naomi, 2016)

Skala yang digunakan adalah skala Likert dengan lima alternatif jawaban yaitu Sangat tidak setuju (STS) skor 1, Tidak setuju (TS) skor 2, Netral (N) skor 3, Setuju (S) skor 4, dan Sangat setuju (SS) skor 5. Berdasarkan sumbernya, maka data yang digunakan adalah data primer, dalam hal ini yang menjadi responden adalah seluruh pelanggan Tokopedia.com. Peneliti mengajukan pertanyaan kepada responden dalam bentuk kuesioner kepada responden mengenai masalah yang berhubungan dengan data yang diperlukan yang merupakan data primer.

F. Uji Kualitas Instrumen dan Data

Tujuan pengujian validitas dan reliabilitas untuk meyakinkan bahwa kuisisioner yang kita susun akan benar-benar baik dalam mengukur gejala dan menghasilkan data yang valid.

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu data dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Menurut Sugiyono (2007) suatu instrument dikatakan valid apabila instrumen dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid menunjukkan derajat

ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi *product moment* yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah dari tiap skor butir. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Syarat tersebut menurut Ghozali (2013) apabila nilai $\text{sig} < 0,05$, maka item pertanyaan dari kuisioner adalah valid tetapi apabila nilai $\text{sig} < 0,05$ maka item pertanyaan dari kuisioner tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2013) suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk menguji reliabilitas sampel ini digunakan testing kehandalan "*Croanbach Alpha*" yang akan menunjukkan ada tidaknya konsistensi antara pertanyaan dan sub bagian kelompok pertanyaan. Konsistensi internal, ditujukan mengetahui konsistensi butir-butir pertanyaan yang digunakan untuk mengukur *construct*. Suatu *construct* atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ (Ghozali, 2013).

G. Uji Hipotesis dan Analisa Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis data yang bertujuan untuk menggambarkan profil responden atau subjek penelitian dan atau karakteristik data yang disajikan dalam bentuk tabel statistik deskriptif (Umar, 2000).

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Model yang digunakan dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut: (Sugiyono, 2007).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_8X_8 + e$$

Keterangan:

Y = Perilaku belanja *online*

X₁ = Resiko transaksi

X₂ = Resiko produk

X₃ = Resiko kenyamanan

X₄ = Resiko kegagalan pengiriman atau pengantaran produk

X₅ = Kebijakan pengembalian

X₆ = Infrastruktur pelayanan

X₇ = Norma subyektif

X₈ = Adopsi inovasi lebih awal

a = Konstanta regresi

b₁ – b₈ = Koefisien regresi

e = *Error term*

a. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara masing-masing variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.

1) Jika nilai *p-value* (sig) > α (0,05), maka Ho diterima berarti variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2) Jika nilai *p-value* (sig) $\leq \alpha$ (0,05), maka H_0 ditolak berarti variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

1) Jika nilai *p-value* (sig) $> \alpha$ (0,05), maka H_0 diterima berarti variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2) Jika nilai *p-value* (sig) $\leq \alpha$ (0,05), maka H_0 ditolak berarti variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur proporsi variasi variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas. Nilai koefisien determinasi (*Adj R square*) akan terletak antara 0 sampai dengan 1. Koefisien *Adj R square* akan bernilai 0 apabila tidak ada variasi variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas. Jika semua variasi variabel bebas dijelaskan oleh variabel terikat maka *R square* akan bernilai 1.