

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Obyek/Subyek Penelitian**

Obyek penelitian ini dilakukan pada *oline shop*, barang/jasa. Sedangkan subyek penelitian ini adalah pembeli, penjual dan mahasiswa sebagai pelaku pada media belanja online terkhusus di Kabupaten Sleman

#### **B. Jenis Data**

Pesnelitian ini menggunakan data kualitatif yang dapat dikelompokkan ke dalam data primer. Menurut Kuncoro (2013), data primer adalah data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original. Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari obyek penelitian yang diamati, yaitu melalui kuisisioner dengan variabel-variabel terkait yang diteliti yaitu: pembeli, penjual, mahasiswa sebagai pelaku utama dalam penelitian ini, dengan menggunakan panduan pertanyaan penelitian yang telah dipersiapkan sebelumnya.

#### **C. Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode penetapan sampel dengan memilih beberapa sampel tertentu yang dinilai sesuaidengan tujuan atau masalah penelitian dalam sebuah populasi.

Dimana dalam penelitian ini menggunakan perhitungan jumlah besar sampel menurut pendapat (Notoadmojo S, 2005)

$$n = \frac{N}{1 + N(d)^2}$$

Keterangan:

n : Sampel

N : Besar sampel

d : Tingkat kesalahan/penyimpangan dari populasi (10%)

Penentuan daerah penelitian dilakukan di Kabupaten Sleman dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut memiliki gaya hidup yang cukup tinggi. Dan terdapat banyak mahasiswa di daerah Kabupaten Sleman. Pemilihan responden pelaku belanja *online* di yang pernah melakukan belanja di media *online*.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode survei dengan menggunakan kuisisioner dan pengukuran data menggunakan skala *Likert*.

1. Kuesioner adalah suatu alat pengumpul data yang berupa serangkaian pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pada responden untuk mendapat jawaban
2. Penelitian ini menggunakan skala *likert* sebagai alat ukur untuk mengukur setiap pertanyaan yang diberikan kepada responden. Kemudian responden akan memilih salahsatu dari jawaban diberi skor tertentu.total skor inilah yang ditafsirkan sebagai posisi responden dalam skala likert. Kriteria pengukurannya adalah sebagai berikut:
  - a. Sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1
  - b. Tidak setuju (TS) diberi skor 2
  - c. Netral diberi (N) skor 3
  - d. Setuju (S) diberi skor 4
  - e. Sangat setuju (SS) diberi skor 5

Rumus skala *likert*:

$$T \times P_n$$

Keterangan:

T = Total jumlah responden yang memilih

P<sub>n</sub> = Pilihan angka skor Likert

Semakin besar nilai yang diberikan responden untuk tiap faktor, menunjukkan bahwa faktor tersebut semakin berpengaruh positif terhadap permintaan belanja online.

## **E. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

### **1. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat dari orang, obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2001). Berkaitan dengan penelitian ini, variabel penelitian yang terdiri dari variabel dependen, variabel intervening, dan variabel independen diuraikan sebagai berikut :

- a. Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti. Dalam *script analysis*, nuansa sebuah masalah tercermin dalam variabel dependen. Hakekat sebuah masalah (*the nature of a problem*) mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Variabilitas dari atau atas faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti (Ferdinand, 2006). Dalam penelitian ini, variabel dependennya adalah permintaan
- b. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif. Dalam *script analysis*, akan terlihat bahwa variabel yang menjelaskan mengenai jalan atau cara sebuah masalah dipecahkan adalah tidak lain variabel-variabel independen (Ferdinand,

2006). Dalam penelitian ini, yang merupakan variabel independen adalah promosi, harga, pendapatan konsumen, waktu, dan resiko.

## 2. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel adalah pemberian definisi pada suatu variabel atau menspesifikan kegiatan dan membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Adapun skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur indikator-indikator pada variabel dependen dan variabel independen dalam penelitian ini adalah jawaban angka 1 dengan sangat tidak setuju hingga angka 5 dengan sangat setuju (*Disagree-Agree Scale*):

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel Dalam Penelitian Ini**

Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran
Promosi	merupakan arus informasi yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau kelompok yang sifatnya ekonomis, hiburan, atau informasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran	Skala <i>Likert</i>
Harga	Sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan dan keinginan.	Skala <i>Likert</i>
Pendapatan Konsumen	Pendapatan konsumen yang terus meningkat atau stabil, semakin berpeluang untuk belanja di <i>online shop</i> .	Skala <i>Likert</i>
Waktu	Tidak mengenal jam, hari, dimana kapan saja ingin melakukan sesuatu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan	Skala <i>Likert</i>
Resiko	Potensi kerugian konsumen yang dilakukan dalam belanja <i>online</i> , hal tersebut merupakan kombinasi dari rasa ketidakpastian dengan nilai yang didapatkan oleh konsumen dalam berbelanja.	Skala <i>Likert</i>
Permintaan	Semakin menarik barang yang ditawarkan semakin banyak pula permintaan dari konsumen	Skala <i>Likert</i>

## F. Uji Kualitas Instrumen dan Data

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk menguji apakah konstruk yang telah dirumuskan reliabel dan valid, maka perlu dilakukan pengujian reliabilitas dan validitas.

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya satu kuesioner (Ghozali, 2001). Satu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Tingkat validitas dapat diukur dengan cara membandingkan nilai  $r_{hitung}$  pada tabel kolom *Corrected Item–Total Correlation* dengan nilai  $r_{tabel}$  dengan ketentuan untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-k$ , dimana  $n$  adalah jumlah sampel yang digunakan dan  $k$  adalah jumlah variabel independennya (Ghozali, 2001). Rumus  $t_{hitung}$  sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r_{xy} \sqrt{(n - 2)}}{\sqrt{(1 - r_{xy}^2)}}$$

Keterangan:

$t$  = Nilai  $t$  hitung

$n$  = jumlah responden uji coba

$r$  = koefisien korelasi hasil  $r$  hitung

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara one shot (pengukuran sekali saja). Disini pengukuran hanya dilakukan sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60 (Nunnally, 1967 dalam Ghozali, 2005). Untuk menghitung reabilitas menggunakan rumus alpha, sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right\}$$

Keterangan.

$r_{11}$  = Nilai reliabilitas

$\sum S_i$  = Jumlah varians skor tiap-tiap item

$S_t$  = Varians total

$K$  = Jumlah item

Kriteria perhitungan sebagai berikut:

- 1) Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliabel.
- 2) Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

## G. Uji Hipotesis dan Analisis Data

### 1. Analisis Data

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara harga, promosi, kemudahan, waktu dan

resiko terhadap permintaan barang/jasa dalam belanja media online. Adapun bentuk persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

a : Konstanta

b<sub>1</sub>...b<sub>4</sub> : Koefisiensi regresi

Y : Permintaan barang

X<sub>1</sub> : Promosi

X<sub>2</sub> : Harga

X<sub>3</sub>: pendapatan konsumen

X<sub>4</sub> : waktu

X<sub>5</sub> : resiko

e : error

## 2. Uji Signifikansi Simultan ( Uji Statistik F )

Uji F yaitu suatu uji untuk mengetahui pengaruh variabel bebas, yaitu promosi (X<sub>1</sub>), harga (X<sub>2</sub>), pendapatan konsumen (X<sub>3</sub>), waktu (X<sub>4</sub>) dan resiko (X<sub>5</sub>) secara simultan terhadap variabel terikat, yaitu permintaan barang (Y). Dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

R<sup>2</sup> = koefisien korelasi ganda

k = jumlah variabel independen

n = jumlah anggota sampel

f = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F tabel

### 3. Pengujian Hipotesis ( Uji Statistik T )

Uji T yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara parsial atau individual terhadap variabel terikat.

Kriteria pengujian sebagai berikut:

- a. Apabila  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  dan tingkat signifikansi  $< \alpha$  (0,05), maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Apabila  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  dan tingkat signifikansi  $> \alpha$  (0,05), maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

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

Keterangan:

$r$  = korelasi parsial yang di temukan

$n$  = jumlah sampel

$t$  =  $t$  hitung yang selanjutnya di konsultasikan dengan  $t$  tabel

### 4. Koefisien Determinan

Koefisien determinan ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen yaitu permintaan. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen. Dengan rumus sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{b_1 \sum x_1 + b_2 \sum x_2 y + b_3 \sum x_3 y + b_4 \sum x_4 y + b_5 \sum x_5 y}{\sum y^2}$$

Keterangan:

$b_1$  = Koefisien regresi variabel promosi

$b_2$  = Koefisien regresi variabel harga

$b_3$  = Koefisien regresi variabel waktu

$b_4$  = Koefisien regresi variabel resiko

$b_5$  = Koefisien regresi variabel pendapatan konsumen

$X_1$  = Promosi

$X_2$  = Harga

$X_3$  = Pendapatan Konsumen

$X_4$  = Waktu

$X_5$  = Resiko

$y$  = Permintaan barang