

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian Asosiatif. Jenis penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Hal ini sejalan dengan pengertian menurut para ahli, yaitu penelitian yang menganalisis hubungan pengaruh antar variabel terhadap variabel lainnya: (Sugiono, 2008: 6). Penelitian ini akan menganalisis pengaruh Faktor Emosional dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian *Online*.

Penelitian ini dilaksanakan mulai tanggal 18 Februari – 26 Februari 2019. Tempat penelitian dalam penelitian ini adalah di gedung kuliah E6 dan E7 serta di gedung D yang biasanya dijadikan sebagai tempat belajar mengajar mahasiswa dan mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis (FEB) UMY. Peneliti melakukan penelitian dengan menyebarkan kuesioner *online* kepada mahasiswa FEB UMY serta dengan konfirmasi secara langsung kepada para responden yang ditemui secara langsung di lokasi.

B. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Yakni sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer biasa disebut dengan data asli. Yang merupakan data yang diperoleh dari sebuah penyebaran kuesioner atau data yang didapat langsung dari objek atau lembaga yang kita jadikan tempat penelitian. Bisa juga didapat dari subjek atau beberapa kelompok ketika proses wawancara yang tidak dapat dipalsukan. Baik ditambah ataupun dikurangi. Biasanya data ini digunakan data olahan untuk menganalisis hasil penelitian. Ada 2 macam jenis data primer dalam penelitian ini: pertama menggunakan Angket dan kedua dengan wawancara langsung.

2. Data Sekunder

Berbeda dengan data sekunder data ini merupakan data pelengkap dari suatu penelitian. Biasanya data ini didapat secara tidak langsung dari media perantara. Data sekunder umumnya berupa laporan historis, catatan atau bukti yang tersusun rapi dalam arsip yang sudah telah dipublikasikan maupun yang belum. Data sekunder bisa juga didapat dari internet, koran, majalah, dan media cetak lainnya serta buku-buku atau literasi-literasi keputakaan yang memiliki hubungan atau keterkaitan yang relevan dengan penelitian yang dilakukan.

C. Populasi dan Sample

1. Populasi Penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono,

2015: 80). Objek dalam penelitian ini adalah *E-commerce* lazada sedangkan Subjeknya adalah konsumen Lazada. Sasaran populasi pada penelitian ini adalah konsumen Lazada di FEB UMY Angkatan 2018 atau pada semester genap Tahun ajaran 2018/2019, yang melakukan belanja *online* selama satu tahun terakhir pada 2018. Jumlah populasi pada penelitian ini adalah sebanyak 1.049 orang.

2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan metode *nonprobability sampling* (pengambilan sampel secara tidak acak) dengan menggunakan teknik sampling *purposive*. maksudnya teknik penentuan sampelnya dengan pertimbangan tertentu. Penyebaran kuesioner pada penelitian ini dilaksanakan secara *online*, sehingga yang menjadi sampel penelitian adalah dengan pertimbangan atau kriteria tertentu menurut Sugiyono (2015: 116). Kriteria Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ekonomi dan bisnis di UMY menjadi responden yang pernah melakukan transaksi di Lazada.
- b) Minimal pernah melakukan pembelian dalam kurung waktu satu tahun.

Penentuan jumlah sampel ini didasarkan pada pendapat Roscoe (1975) yang menyatakan bahwa jumlah sampel lebih besar dari 30 dan kurang dari

500 pada sebagian besar penelitian dianggap sudah mewakili populasi Roscoe dalam Sugiyono (2012: 91). Dalam penelitian ini peneliti mengambil sebanyak 59 responden untuk dijadikan sampel dan beberapa diantara sample tersebut ada yang gugur menjadi 45 responden, karena tidak lolos dalam kualifikasi/karakteristik data yang telah ditetapkan peneliti. Jadi data yang dapat diolah untuk dijadikan sample penelitian sebesar 45.

D. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien, selain itu kuesioner juga baik digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas (Sugiono, 2015:142). Peneliti melakukan penelitian dengan menyebarkan kuesioner *online* kepada mahasiswa FEB UMY serta dengan konfirmasi secara langsung kepada para responden yang ditemui secara langsung di lokasi. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menemui admin setiap kelas sekitar 40 kelas untuk membagikannya di setiap *Group-Group* dan angkatan yang memiliki mahasiswa aktif pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMY.

Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Skala Likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena yang terjadi. Skala Likert

memiliki 2 bentuk pernyataan yaitu pernyataan positif dan pernyataan negatif. Rentan nilai yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 1-4.

Pengisian kuesioner dilakukan oleh para pengguna situs jual-beli *online* Lazada. Berikut skor rentan nilai 1-4

Tabel 3.1 Skala Likert

Skala Ukur	SS	S	TS	STS
Nilai	4	3	2	1

E. Definisi Variabel

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel independen adalah variabel yang sering disebut sebagai variabel stimulus, presiktor, dan anteseden atau biasa disebut variabel bebas. Variabel ini mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiono, 2013:39). Adapun variabel eksogen (X) pada penelitian ini adalah Faktor Emosional (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2).

a. Indikator X1

- 1) Rasa senang.
- 2) Rasa bangga.
- 3) Rasa percaya diri.
- 4) Rasa nyaman

b. Indikator X2

- 1) Berwujud
- 2) Keandalan
- 3) Ketanggapan
- 4) Jaminan
- 5) Empaty

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel dependen adalah variabel output, kriteria dan konsekuen, atau biasa disebut dengan variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiono, 2013: 39). Variabel endogen (Y) dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian *Online*. keputusan pembelian disini diukur dengan beberapa indikator. Menurut (Thomson, 2013) ada 4 indikator dalam keputusan pembelian yaitu sebagai berikut:

- 1) sesuai kebutuhan
- 2) mempunyai manfaat
- 3) ketepatan dalam membeli produk
- 4) pembelian berulang.

F. Pengujian Instrumen

Pengujian instrumen dilakukan untuk mengetahui valid dan reliabel (konsisten) suatu data yang diperoleh. Tujuan ini dilakukan untuk mengukur seberapa layak data ini digunakan dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademisi. Untuk mengukur *Validitas* dan *Reliabelitas* suatu data dapat

menggunakan analisis *Partial Least Square* dengan bantuan *software* Smartpls

3.0.

1. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan *software* PLS (*Partial Least Square*). Untuk proses ini, setiap item akan diuji relasi nya dengan skor total variabel yang dimaksud. Dalam hal ini masing-masing item yang ada di dalam variabel X dan variabel Y akan diuji relasi nya dengan skor total variabel tersebut. Dengan menggunakan *software Partial Least Square* bisa dilihat *convergent validity* dari nilai *standardized loading factor*, dikatakan valid apabila memiliki nilai 0,50 sampai dengan 0,60 dengan nilai ideal lebih besar dari 0,70 (Ghazali, 2014: 76). Karna ini merupakan confirmatory research maka nilai loading factor yang diambil adalah $> 0,07$.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini adalah kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dalam analisis dengan PLS uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Composite Reliability. Nilai *Composite Reliability* harus lebih besar dari 0,7 meskipun nilai 0,6 masih dapat diterima. Menurut Hair et al. (2006) suatu indikator dapat dikatakan memiliki tingkat reliabilitas yang baik jika nilai *Composite Reliability* lebih besar atau sama dengan 0,7.

G. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Analisis PLS (*Partial Least Square*) dengan bantuan aplikasi SmartPLS versi 3.0. PLS (*Partial Least Square*) yaitu seperangkat metode analisis yang *powerful*, biasa disebut sebagai *Soft Modelling* karena meniadakan asumsi-asumsi OLS (*Ordinary Least Squares*) regresi, seperti data harus terdistribusi normal secara *multivariate* dan tidak ada masalah *multicollinearities* antar variabel Eksogen (Ghozali dan Latan, 2014: 5). Di antara tahapannya adalah:

1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Metode ini bertujuan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas, dengan memspesifikasikan hubungan antar variabel laten dan indikator-indikatornya, atau dapat dikatakan bahwa *Outer Model* adalah mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya yang menghubungkan indikator dengan variabel latennya. Ada beberapa cara untuk mengukur model pengukuran ini, antara lain sebagai berikut:

- a. *Convergent validity*

Convergent validity menggunakan indikator reflektif dilihat dari korelasi antara *Score* item/indikator dengan *Score* konstruksinya. Indikator individu dianggap reliabel jika memiliki nilai korelasi di atas 0.70. Akan tetapi pada penelitian pengembangan skala, *loading* 0.50 sampai dengan 0.60. masih dapat diterima (Ghozali dan Latan, 2014: 37).

b. *Discriminant validity*

Untuk mengetahui apakah konstruk memiliki *discriminant* yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai *Loading Factor* pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai *loading factor* dengan konstruk lain, metode pengukuran ini dilihat dari *Cross Loading Factor* (Ghozali dan Latan, 2014: 38).

c. Uji Reability

untuk menguji reabilitas suatu konstruk. Bertujuan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Dalam menentukan *composite reability* dapat dilihat apabila nilai *composite reability* $> 0,7$ maka mempunyai reabilitas yang tinggi (Ghozali dan Latan, 2014: hal 75).

d. Pengujian *Goodness Of Fit Model*

Pengujian ini merupakan salah satu pengujian untuk menguji hipotesis penelitian. Untuk menganalisisnya menggunakan PLS dengan bantuan *software* Smartpls 3.0. Jadi salah satu syarat untuk memenuhi kriteria uji *Goodness Of Fit Model* adalah dengan melihat nilai SRMR. Apabila nilai SRMR nya kurang dari 0,10 serta dikatakan *Perfect Fit* jika nilai SRMR $< 0,08$.

2. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi model struktural menggunakan aplikasi PLS, langkah pertamanya adalah dengan cara mengetahui nilai R-Squares untuk setiap variabel

laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural ini. Perubahan nilai R-Squares berfungsi untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah mempunyai pengaruh atau tidak. Apabila koefisien hubungan antara variabel tersebut signifikan secara statistik dilihat dari t-statistik lebih besar t-tabel, dengan nilai *P-Value* dan Alpha (α) sebesar 5% yaitu kurang dari 0,5. Nilai t-tabel untuk alpha 5% yaitu sebesar 1,96. (Ghozali dan Latan, 2014: hal 78).

H. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis untuk penelitian yang menggunakan metode analisis data PLS (*Partial Least Square*) yaitu, berdasarkan dengan metode *Bootsrapping* digunakan saat mengolah model struktural yang dikembangkan oleh Geisser & Stone. Kemungkinan penggunaan metode *Bootstrapping* mengakibatkan berlakunya data terdistribusi bebas (*Distribution Free*) sehingga, tidak memerlukan asumsi distribusi normal, serta tidak memerlukan sampel yang besar (sampel minimum 30). Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara melihat nilai probabilitas dan statistik. Uji statistik pada metode ini menggunakan statistik t atau uji t. Nilai probabilitas, nilai *P-Value* dengan alpha 5% adalah kurang dari 0,5. Nilai t-tabel untuk alpha 5% adalah 1,96. Sehingga, kriteria penerimaan hipotesis adalah ketika $T\text{-Statistik} > T\text{-Tabel}$. Pengujian dilakukan dengan t-test, apabila diperoleh $P\text{-Value} \leq 0,05$ (alpha 5%), maka data tersebut signifikan.