

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek/Subyek Penelitian dan Populasi

Obyek dalam penelitian ini adalah kepercayaan konsumen ketika bertransaksi dalam situs *e-commerce* sedangkan subyek penelitiannya adalah konsumen situs *e-commerce*. Populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna internet di D.I Yogyakarta yang pernah bertransaksi melalui situs *e-commerce* melalui media internet.

B. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh dari survey yang dikumpulkan secara langsung kepada pengguna internet yang pernah menggunakan *e-commerce* dengan menyebarkan kuesioner dengan beberapa item pertanyaan menggunakan 5 skala likert (Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Kurang Setuju, Setuju, dan Sangat Tidak Setuju) melalui situs penulis yang bisa diakses oleh semua orang melalui alamat web seperti berikut ini: <http://goo.gl/forms/Sqbz1IVmjB>

C. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu (Jogiyanto, 2010). Teknik pengambilan sampel dengan *purposivesampling* dengan syarat responden dalam penelitian merupakan pengguna internet di D.I Yogyakarta yang pernah melakukan transaksi *e-commerce* dalam kurun waktu enam bulan terakhir, hal itu dianggap pengguna internet berstatus pengguna aktif karena sering melakukan transaksi di sistem *e-commerce*. Rumus atau formula yang digunakan untuk menghitung besar sampel yang tidak diketahui populasinya dari Lemeshow et al. (1997) seperti dibawah ini:

$$n = \frac{Z^2 \alpha / 2 \cdot P (1-P)}{d^2}$$

$$d^2$$

$$= \frac{1,64^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,12}$$

$$0,12$$

$$= 0,6724/0,01 = 67,24 \rightarrow \text{dibulatkan menjadi } 68$$

Keterangan:

n = besar sampel

$\alpha/2$ = nilai Z pada derajat kepercayaan $1 - \alpha/2$

d = presisi/tingkat kesalahan yang ditolerir, yang dipakai 10% \rightarrow menjadi Z = 1,64

P = proporsi hal yang diteliti, karena proporsi dari penelitian terdahulu tidak ditemukan maka menggunakan P = 50%.

D. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang didapatkan oleh peneliti secara langsung dari obyek penelitian tanpa melewati orang atau lembaga lain. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui situs peneliti dan disebarakan secara langsung kepada para responden. Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya untuk dijawab oleh responden. Untuk menginformasikan adanya kuesioner peneliti menyebarkan informasi melalui *email*, menyebarkan di beberapa jejaring sosial atau situs-situs tertentu, serta memberikan kuesioner secara langsung kepada responden.

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012).

1. Variabel dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam sebuah pengamatan (Kuncoro, 2003). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepercayaan pada situs *e-commerce*. Variabel kepercayaan oleh Jarvenpaa dan Tractinsky (1999) yang terdiri dari 5 skala likert.

2. Variabel independen (X)

Variabel independen yaitu variabel yang menjadi sebab timbulnya atau mempengaruhi variabel terikat. Variabel independen adalah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam dependen dan mempunyai hubungan yang positif ataupun negatif bagi variabel dependen nantinya (Kuncoro, 2003).

a. Struktur jaminan (X₁)

Struktur jaminan mengacu pada penilaian terhadap faktor keamanan jaringan *e-commerce* yang didasarkan pada perlindungan seperti garansi, kontrak, regulasi, kontrak, janji atau prosedur yang lainnya berjalan dengan baik. Variable jaminan diukur menggunakan lima item pertanyaan (McKnight et al, 2002) dengan lima skala likert.

b. Persepsi reputasi (X₂)

Variabel kedua yaitu persepsi reputasi, keyakinan konsumen bahwa vendor yang menjual barang atau jasa akan jujur dan peduli pada konsumen mereka. Indikator variabel persepsi reputasi diukur menggunakan lima item pertanyaan (McKnight et al, 2002) dengan lima skala likert.

c. Desain Website (X₃)

Desain website adalah sebuah kreatifitas untuk mempercantik tampilan sebuah situs menjadi lebih menarik sehingga dapat menarik pengunjung agar lebih sering dan lebih lama. Profesionalisme dalam desain

diakui sebagai atribut positif dalam prestasi penjualan online. Indikator variabel desain website adalah Baierova et al., (2003).

F. Metode Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Metoda analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif. Analisis Statistik Deskriptif ini memberikan gambaran atau deskripsi dari suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, *varian*, maksimum, minimum, *sum*, *range*, *kurtosis*, dan *skewness*.

2. Uji Kualitas Data

Teknik analisis data yang digunakan pada pengujian hipotesis ini adalah analisis regresi linier berganda.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah didalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi yang normal. Untuk mengetahui normal atau tidaknya dilakukan uji statistik *Kolmogrov-smirnov* (K-S) *test*. Residual berdistribusi normal jika probabilitas signifikannya $>0,05$ (Imam Ghozali, 2011: 160-165).

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji dalam model regresi apakah ditemukan korelasi antar variabel bebas (independen) (Imam Ghozali, 2011: 105-106). Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *VIF* (*Variance Inflation Factor*) masing-masing variabel bebas, jika nilai *VIF* < 10 , artinya data bebas dari multikolinieritas.

c. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner (Ghozali, 2011). Kuesioner dinyatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Teknik yang digunakan adalah menggunakan korelasi *Bivariate Pearson*, jika nilai $\text{sig.2 tailed} < 0,05$ maka indikator dinyatakan valid.

d. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat reliabilitas konsistensi internal teknik yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah *cronbach alpha*. Menurut Nunally dan Bemstein (1994) dalam Dharma (2006) reliabilitas yang sedang antara 0,5 sampai 0.6 sudah cukup untuk menjustifikasi sebuah penelitian.

e. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain, Jika varians residual tetap disebut homoskedastisitas, sedangkan jika berbeda disebut dengan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik yaitu yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji statistik yang dapat digunakan adalah uji Glejser, Jika nilai t hitung $<$ dari t tabel dan nilai signifikansinya $>$ dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Begitu

juga sebaliknya jika nilai t hitung $>$ dari t tabel dan nilai signifikansinya $<$ dari 0,05 maka artinya terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda untuk menguji pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan software SPSS versi 13. Model persamaan regresi linier berganda yang digunakan pada penelitian adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y : Kepercayaan pada *e-commerce*

α : Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$: Koefisien regresi variabel independen

X_1 : Struktur Jaminan

X_2 : Persepsi Reputasi

X_3 : Desain Website

ε : Variabel Pengganggu

b. Uji F

Uji F digunakan untuk melihat apakah variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Jika probabilitas signifikan uji $F < 0,05$ maka model penelitian tersebut sesuai dan jika F hitung $> F$ tabel artinya ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Uji t

Uji t digunakan untuk menunjukkan adanya pengaruh suatu variabel independen secara individu dalam menerangkan variabel dependen. Untuk menentukan kesimpulan dapat dilihat dari nilai signifikansi 0,05 dan membandingkan t hitung dengan t tabel untuk menentukan apakah H_0 diterima atau ditolak.

d. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh serentak variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2011). Untuk menentukan kesimpulan dapat dilihat dari nilai *Adjusted R Square* dimana untuk menginterpretasikan besarnya nilai koefisien determinasi harus diubah kedalam bentuk persentase.