

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah *explanative research*. Menurut Singarimbun dan Effendi (2006) penelitian explanasi merupakan penelitian untuk menjelaskan kedudukan dari variabel yang diteliti serta hubungan antar satu variabel dengan variabel lainnya. Maka penelitian yang akan dilakukan adalah untuk menguji hubungan variabel independen yaitu kepercayaan ( $X_1$ ), kualitas website ( $X_2$ ), konten informasi ( $X_3$ ), kemudahan transaksi ( $X_4$ ) dan variabel dependen minat beli pada toko *online* ( $Y$ ).

#### **3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel**

##### **3.2.1 Variabel Penelitian**

Pengertian dari variabel penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2000). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Berikut penjelasan kedua variabel tersebut:

### 1. Variabel Dependen

Variabel yang tergantung dengan variabel lain, atau variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain. Sering disebut variabel respon yang dilambangkan dengan Y. Dalam penelitian ini variabel yang di pakai sebagai variabel dependen adalah minat beli konsumen (variabel Y).

### 2. Variabel Indipenden

Variabel bebas yang dalam hubungannya dengan variabel lain bertindak sebagai penyebab atau yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel ini ada juga yang menamakan dengan variabel pendorong dan variabel masukan. Yang sering disebut sebagai prediktor yang dilambangkan dengan X. Dalam penelitian ini variabel yang di pakai sebagai variabel independen adalah kepercayaan, kualitas *website*, konten informasi , dan kemudahan transaksi (variabel X).

### **3.2.2 Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau memberi suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Nasir, 1999).

Definisi operasional variabel penelitian ini kemudian diuraikan menjadi indikator empiris (IE) yang meliputi:

Tabel 3.1  
Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
<b>1 Dependen</b>				
	Minat Beli Konsumen pada Toko <i>Online</i> (Y)	Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan (Kinnear dan Taylor, 1995: 306) <i>dalam</i> (Dwityanti, 2008).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Minat transaksional,</li> <li>2. Minat refrensial,</li> <li>3. Minat preferensial,</li> <li>4. Minat eksprolatif.</li> </ol>	Skala Likert 5 Poin
<b>2 Independen</b>				
	Kepercayaan (X <sub>1</sub> )	Kepercayaan didefinisikan sebagai suatu kepercayaan umum atau niat kepercayaan bahwa pihak lain dapat dipercayai atau kesediaan suatu pihak untuk peka terhadap tindakan pihak lainnya (Mayer, <i>et. al</i> , 1995)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sitem keamanan <i>website</i>,</li> <li>2. Sistem kerahasiaan <i>website</i>,</li> <li>3. Jaminan keamanan dan kerahasiaan, dan</li> <li>4. Kompensasi kerugian karena alasan keamanan dan kerahasiaan.</li> </ol>	Skala Likert 5 Poin
	Kualita Website (X <sub>2</sub> )	Kualitas dari suatu <i>Website</i> dalam sebuah situs <i>online shopping</i> merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pelanggan. Mengidentifikasi dan mengklasifikasikan faktor-faktor <i>website</i> sangat perlu dilakukan termasuk pelaku- pelaku yang mungkin memberikan hasil dalam interaksi secara virtual.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keamanan situs <i>website</i>.</li> <li>2. Kemudahan akses situs <i>website</i>.</li> <li>3. Profesional design situs <i>website</i>.</li> <li>4. Pelayanan situs <i>website</i>.</li> </ol>	Skala Likert 5 Poin
	Konten Informasi ( X <sub>3</sub> )	Konten Informasi didefinisikan sebagai seberapa besar suatu informasi tentang produk dan jasa berguna dan relevan bagi pembeli <i>online</i> dalam memprediksi kualitas dan utilitas suatu produk dan jasa yang ditawarkan pada <i>online shop</i> .	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konten informasi yang relevan membantu pembeli.</li> <li>2. Konten informasi merupakan informasi yang terkini</li> <li>3. Konten informasi yang disajikan <i>website</i> untuk suatu produk telah menggambarkan produk yang diinginkan pembeli.</li> <li>4. Tampilan <i>website</i> adalah menarik bagi pembeli <i>online</i>.</li> </ol>	Skala Likert 5 Poin
	Kemudahan Trnsaksi (X <sub>4</sub> )	Faktor kemudahan ini terkait dengan bagaimana operasional bertransaksi secara <i>online</i> . Biasanya calon pembeli akan mengalami kesulitan pada saat pertama kali bertransaksi <i>online</i> , dan cenderung mengurungkan niatnya karena	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Transaksi sangat mudah di lakukan konsumen.</li> <li>2. Transaksi <i>online</i> bersifat aman.</li> <li>3. Transaksi <i>online</i> mudah di pelajari</li> </ol>	Skala Likert 5 Poin

	faktor keamanan serta tidak tahu cara bertransaksi online.	konsumen. 4. Transaksi <i>online</i> tidak memerlukan proses yang lama.	
--	--	--	--

Sumber : data diolah

### 3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 1999). Sedangkan Sampel menurut Sugiyono (2004) merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Populasi pada penelitian ini adalah *followers-followers* atau bukan *followers* yang pernah melakukan pembelian secara *online* atau sekedar melihat-lihat dan bertanya pada *website Oraqlewear.com*. Karena jumlah populasi sudah diketahui jumlahnya, maka penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini akan menggunakan rumus slovin sebagaimana tertera di bawah ini (Sugiono, 2006):

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

1.  $n$  : Jumlah sampel
2.  $N$  : Jumlah Populasi
3.  $e$  : Batas kesalahan yang di toleransi, disini di tetapkan sebesar 10%.

Dengan dasar tersebut maka dapat di lihat ukuran sampel minimal yang harus di capai dalam penelitian ini adalah sebesar:

$$n = \frac{1495}{1 + (1495 \cdot 0,1^2)} = 93,73$$

Berdasarkan rumus di atas, sampel yang dapat diambil dari populasi yang besar sebanyak 93,73 orang, bila dibulatkan, maka banyaknya sampel adalah sebesar 100 responden. (Supranto, 2001).

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 1999). Dalam menentukan data yang akan diteliti, teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah dengan *non probability sampling* yaitu teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sampel. Responden yang dipilih adalah *followers-followers* yang berminat untuk membeli *online* pada *website Oraqlewear.com*.

### 3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Analisis kuantitatif merupakan metode analisis dengan angka-angka yang dapat dihitung maupun diukur. Analisis kuantitatif ini dimaksudkan untuk memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan satu atau beberapa kejadian lainnya dengan menggunakan alat analisis statistik.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tanpa perantara). Data primer yang ada dalam penelitian ini merupakan hasil penyebaran kuesioner pada sampel yang telah ditentukan (*followers-followers* dan bukan *followers*

*Oraqlewear*) berupa data mentah dengan skala *Likert* untuk mengetahui respon dari responden yang ada mengenai implikasi kepercayaan, kualitas *website*, konten informasi dan kemudahan transaksi terhadap minat beli konsumen pada toko *online*. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan data sekunder, yaitu data yang berasal dari hasil penelitian sebelumnya, dan literatur-literatur lainnya.

### **3.5 Metode Pengumpulan Data**

Dalam melakukan penelitian, data yang dikumpulkan akan digunakan untuk memecahkan masalah yang ada sehingga data-data tersebut harus benar-benar dapat dipercaya dan akurat. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui metode kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi kuesioner atau seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden (Sugiyono, 2001). Dalam kuesioner ini nantinya terdapat rancangan pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian dan tiap pertanyaan merupakan jawaban-jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesa. Dibandingkan dengan *interview guide* daftar pertanyaan atau kuesioner lebih terperinci dan lengkap.

### **3.6 Metode Analisis**

#### **3.6.1 Analisis Kuantitatif**

Penyelesaian penelitian ini dengan menggunakan teknik analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif dilakukan dengan cara menganalisis suatu permasalahan yang diwujudkan dengan kuantitatif. Dalam penelitian ini, karena jenis data yang digunakan adalah data kualitatif, maka analisis kuantitatif dilakukan dengan cara

mengkuantifikasi data-data penelitian ke dalam bentuk angka-angka dengan menggunakan skala rasio (*ratio scale*) dan skala likert 5 poin (*5-point likert scale*). Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan program SPSS. Alasan penggunaan alat analisis regresi linier berganda adalah karena kemudahaan penggunaannya. Disamping itu, alasan penggunaan alat analisis regresi SPSS adalah karena penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yang mana hal tersebut cocok untuk digunakannya alat analisis regresi SPSS. Beberapa langkah yang dilakukan dalam analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

#### **3.6.1.1 Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan deskripsi suatu data yang dilihat dari rata-rata, standar deviasi, modus, maksimum-minimum. Hal ini perlu dilakukan untuk melihat gambaran keseluruhan dari sampel yang berhasil dikumpulkan dan memenuhi syarat untuk dijadikan sampel penelitian.

#### **3.6.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas**

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

##### **1. 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). Dengan jumlah sampel ( $n$ ) adalah tingkat signifikansi 0,05 maka  $r_{tabel}$  pada penelitian ini adalah :

$$r(0,05 ; 100-3 = 97) \Rightarrow 0,195$$

Bila :  $r_{hitung} > r_{tabel}$  , berarti pernyataan tersebut dinyatakan valid.

Bila :  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  , berarti pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

## 2. Uji Validitas

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).

### 3.6.1.3 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu, agar data sampel yang diolah benar-benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Pengujian meliputi:

#### 1. Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk menguji adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak *ortogonal*. Variabel *ortogonal* adalah variabel independen sama dengan nol.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan cara melihat nilai *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai VIF lebih besar dari 10, maka terjadi multikolinieritas.

#### 2. Uji Heterokedastistas

Uji ini bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model inilah yang diharapkan terjadi. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya berbeda, maka terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2005).

Untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi heteroskedastisitas atau tidak, penelitian ini menggunakan dua cara yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen dan uji *glejser*.

Uji heteroskedastisitas dengan cara melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel bebas, yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED di mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized*.

### **3. Uji Normalitas Data**

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen maupun independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati norma (Imam Ghozali, 2005). Dalam penelitian ini digunakan cara analisis plot grafik histogram.

Analisis normalitas data dengan menggunakan grafik histogram dilakukan dengan cara melihat apakah posisi histogram berada di tengah-tengah atau tidak. Apabila posisi histogram sedikit menceng ke kiri ataupun ke kanan, maka data tidak berdistribusikan secara normal. Sedangkan analisis normalitas dengan menggunakan uji K-S dilakukan dengan melihat nilai probabilitas signifikansi atau *asympt. Sig (2-tailed)*. Sebelumnya perlu ditentukan terlebih dahulu hipotesis pengujian, yaitu:

Hipotesis Nol ( $H_0$ ) : data terdistribusi secara normal

Hipotesis Alternatif ( $H_A$ ) : data tidak terdistribusi secara normal

Apabila nilai probabilitas signifikansi kurang dari nilai  $\alpha = 0,05$ , maka data tidak terdistribusi secara normal. Apabila nilai probabilitas signifikansi lebih dari  $\alpha = 0,05$ , maka data terdistribusi secara normal.

#### 3.6.1.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel dependen diasumsikan random/stokastik, yang berarti mempunyai distribusi probabilitistik. Variabel independen diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

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

Keterangan:

1. a : Konstanta
2.  $b_1 \dots b_4$  : Koefesiensi regresi
3. Y : Minat Beli Konsumen pada Toko Online.
4.  $X_1$  : Kepercayaan.
5.  $X_2$  : Kualitas Website.
6.  $X_3$  : Konten Informasi.
7.  $X_4$  : Kemudahan Transaksi.
8. e : error.

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

Uji F yaitu suatu uji untuk mengetahui pengaruh variabel bebas, yaitu kepercayaan (X1), kualitas *website* (X2), konten informasi (X3) dan kemudahan transaksi (X4) secara simultan terhadap variabel terikat, yaitu minat beli konsumen pada toko online (Y). Kriteria yang digunakan adalah:

- 1)  $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$ , artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas, yaitu kepercayaan (X1), kualitas *website* (X2), konten informasi (X3) dan kemudahan transaksi (X4) secara simultan terhadap variabel terikat, yaitu minat beli konsumen pada toko *online* (Y).
- 2)  $H_a : b_1 - b_4 > 0$ , artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas, yaitu kepercayaan (X1), kualitas *website* (X2), konten informasi (X3) dan kemudahan transaksi (X4) secara simultan terhadap variabel terikat, yaitu minat beli konsumen pada toko *online* (Y).

Sedangkan kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- 1) Taraf signifikan ( $\alpha = 0,05$ ).
- 2) Distribusi t dengan derajat kebebasan (n-k).
- 3) Apabila  $F_{Hitung} > F_{Tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- 4) Apabila  $F_{Hitung} < F_{Tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### 2. Uji Signifikansi individual ( Uji Statistik T )

Uji T yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara parsial atau individual terhadap variabel terikat. Kriteria yang digunakan adalah:

- 1)  $H_0 : b_i = 0$ , artinya suatu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2)  $H_0 : b_i = 0$ , artinya suatu variabel independen berpengaruh secara positif terhadap variabel dependen.

Sedangkan kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- 1) Taraf signifikan ( $\alpha = 0,05$ ).
- 2) Distribusi t dengan derajat kebebasan ( $n-k$ ).
- 3) Apabila  $t_{Hitung} > t_{Tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima.
- 4) Apabila  $t_{Hitung} < t_{Tabel}$ , maka  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak.

### **3. Koefisien Determinasi ( Adj.R<sup>2</sup> )**

Koefisien determinasi digunakan untuk menjelaskan proporsi variabel terikat yang mampu dijelaskan oleh variasi variabel bebasnya. Nilai koefisien determinasi adalah  $0 < R^2 < 1$ . Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjalankan variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat (Ghozali, 2005).

#### **3.6.2 Skala Pengukuran**

Menurut Sugiyono (2008) skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur sehingga akan menghasilkan data kuantitatif. Data yang dihasilkan dari penyebaran berskala interval. Sehubungan dengan kuisioner yang di sebar pada penelitian ini menggunakan skala likert. Dimana skala likert digunakan

untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.

Skala likert merupakan skala yang dirancang untuk memungkinkan responden menjawab berbagai tingkatan pada setiap objek yang akan di ukur. Adapun gambaran skala likert yang telah diberi bobot nilai adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2  
Skala Likert

Alternatif Jawaban Responden	Nilai Positif
Sangat Setuju ( SS )	5
Setuju ( S )	4
Kurang Setuju ( KS )	3
Tidak Setuju ( TS )	2
Sangat Tidak setuju ( STS )	1

Sumber : Sugiyono (2008)