

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan atau *field research* merupakan penelitian yang dilakukan secara sistematis dalam memperoleh data yang ada di lapangan.¹ Data yang diperoleh dari lapangan berupa data primer yang dikumpulkan dari hasil kuesioner kepada responden. Sedangkan pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang menggunakan aspek perhitungan, pengukuran, rumus, dan kepastian data numerik pada usulan penelitian, proses, hipotesis, turun ke lapangan, analisis data dan kesimpulan data hingga penulisannya.²

B. Setting Penelitian

1. Waktu Penelitian

Waktu penelitian adalah waktu yang diperlukan selama proses penelitian berlangsung. Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan penelitian ini yaitu dimulai dengan penyusunan proposal pada bulan September. Kemudian dilanjutkan dengan pengumpulan data yang akan dilaksanakan pada bulan Desember. Dengan demikian pada bulan Januari penelitian ini dapat diselesaikan.

2. Tempat Penelitian

Tempat yang digunakan dalam penelitian ini yaitu di Kota Jepara. Alasan peneliti memilih kota Jepara sebagai tempat penelitian karena tempat ini mudah dijangkau oleh peneliti sehingga memudahkan dalam proses pengambilan data.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dapat dipahami sebagai seluruh unsur penelitian, termasuk subjek dan subjek yang mempunyai ciri dan

¹ R Anisya Dwi Septiani dan Deni Wardana, "Implementasi Program Literasi Membaca 15 Menit Sebelum Belajar Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Minat Membaca," *Jurnal Persada* 4, no. 2 (2020): 60–67.

² Lukas S Musianto, "Perbedaan Pendekatan Kuantitatif dengan Pendekatan Kualitatif dalam Metode Penelitian," *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* 4, no. 2 (2002): 123–36.

ciri tertentu. Oleh karena itu, pada dasarnya populasi mencakup seluruh anggota sekelompok orang, hewan, peristiwa atau benda yang hidup bersama di suatu tempat secara terencana sehingga membentuk suatu kesimpulan tentang hasil akhir suatu penelitian. Populasi dapat mencakup guru, siswa, program, fasilitas, fasilitas pendidikan, hubungan sekolah dan masyarakat, staf penjualan, tanaman kehutanan, varietas padi, kegiatan sosialisasi pemasaran, hasil produksi, dan sebagainya. Dengan demikian, populasi tidak hanya mencakup manusia tetapi juga organisasi, hewan, tenaga kerja manusia, dan benda alam lainnya.³

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z beragam islam di seluruh kota Jepara yang menggunakan *e-commerce* shopee. Generasi Z atau disebut sebagai gen Z merupakan generasi yang terlahir diantara tahun 1997 sampai dengan tahun 2012. Generasi *pascamilenial* ini merupakan generasi dengan muslim terbanyak dengan jumlah 74,93 juta jiwa atau 27,94% dari total komposisi penduduk muslim di Indonesia. Mereka terlahir, hidup dan beraktifitas di zaman serba teknologi, bahkan kemampuan generasi ini dalam menggunakan teknologi sama alaminya layaknya mereka bernafas.⁴

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang digunakan sebagai sumber data dalam suatu penelitian. Sampel dapat diartikan sebagai bagian dari populasi yang mewakili seluruh populasi.⁵ Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *Purposive Sampling* dengan kriteria muslim generasi Z yang menggunakan *platform* shopee. Untuk mengukur besaran sampel, digunakan rumus Hair. Menurut rumus Hair pada suatu penelitian yang jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti siapa saja generasi z muslim di Kabupaten Jepara yang menggunakan *e-commerce* shopee dengan perhitungan sebagai berikut:

³ Nur Fadilah Amin, Sabaruddin Garancang, dan Kamaluddin Abunawas, “Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian,” *JURNAL PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 14, no. 1 (2023): 15–31.

⁴ Ari Hartawan, Imamul Arifin, dan Yogi Dwi Prasetyo, “Efektivitas Aplikasi Islami Terhadap Muslim Generasi Z dalam Meningkatkan Kemampuan Membaca Al-Qur'an.”

⁵ Amin, Garancang, dan Abunawas, “Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian.”

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{Jumlah indikator} \times 5 \\ &= 28 \times 5 \\ &= 140\end{aligned}$$

Menurut Hair ukuran sampel pada analisis *Structural Equation Model* (SEM) jika indikator lebih dari 20 maka jumlah besarnya sampel berkisar antara 100-200. Perhitungan diatas menyatakan bahwa sampel dalam penelitian ini yaitu 140 responden tetapi untuk mengurangi adanya tingkat kesalahan maka peneliti memilih besar sampel sebanyak 200 responden.⁶

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan atribut, nilai/sifat benda, orang/kegiatan yang memiliki banyak variasi satu sama lain dan ditentukan oleh peneliti untuk mengkaji dan mengambil informasi serta menarik kesimpulan.⁷

Berdasarkan hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain, maka macam-macam variabel penelitian diantaranya yaitu:

a. Variabel independen (variabel bebas)

Variabel ini sering disebut variabel stimulus, variabel prediktor, atau variabel antededen. Dalam bahasa Indonesia disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan berubahnya atau munculnya suatu variabel terikat (dependen). Variabel ini biasa juga disebut dengan variabel eksogen. Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yaitu ketakutan akan kerugian finansial, kesadaran merek, dan merek situs web.⁸

b. Variabel dependen (variabel terikat)

Variabel dependen disebut juga variabel keluaran, acuan, atau penerus. Dalam bahasa Indonesia disebut variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau diakibatkan oleh adanya variabel bebas. Variabel terikat disebut juga variabel endogen. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah niat beli online.⁹

⁶ Joseph F Hair, *Multivariate Data Analysis*, Prentice Hall, 7 ed., 2010.

⁷ Nikmatur Ridha, "Proses Penelitian, Masalah, Variabel, Dan Paradigma Penelitian," *jurnal Hikmah* 14, no. 1 (2017), <https://doi.org/10.1111/cgf.13898>.

⁸ Nikmatur Ridha, "Proses Penelitian, Masalah, Variabel, Dan Paradigma Penelitian," *jurnal Hikmah* 14, no. 1 (2017), <https://doi.org/10.1111/cgf.13898>.

⁹ Nikmatur Ridha, "Proses Penelitian, Masalah, Variabel, Dan Paradigma Penelitian," *jurnal Hikmah* 14, no. 1 (2017), <https://doi.org/10.1111/cgf.13898>.

c. Variabel Intervening (variabel mediasi)

Variabel intervening atau variabel mediasi merupakan variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur.¹⁰ Variabel mediasi tidak hanya sekedar korelasi antara variabel independen dan variabel independen. Sebaliknya, variabel mediasi seharusnya memiliki keterkaitan kausal dengan kedua variabel tersebut, membantu menjelaskan “mengapa” atau “bagaimana” hubungan tersebut terjadi. Fungsi utama variabel mediasi yaitu menjelaskan bagaimana atau mengapa hubungan antara variabel independen dan dependen terjadi. Dalam hal ini, variabel mediasi berada ditengah-tengah, mengonseptualisasikan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen¹¹.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi operasional	Indikator	Skala
1.	Ketakutan akan kerugian finansial	Risiko Kerugian Finansial adalah isiko dimana informasi pribadi dan keuangan akan digunakan secara ilegal dan tidak etis oleh pihak yang tidak berwenang untuk tujuan memperoleh keuntungan ekonomi. Kerugian finansial terjadi ketika seseorang mencuri informasi pribadi korban dan informasi keuangan tersebut digunakan untuk	Peneliti menggunakan indikator pertanyaan kuesioner pada jurnal Jordan, Leskovar, and Marič 2018. ¹³ - Kehilangan uang - Penggunaan data pribadi - Penyalahgun aan akun - Peretasan akun	Likert 1. Sangat setuju (SS) 2. Setuju (S) 3. Netral (N) 4. Tidak setuju (TS) 5. Sangat tidak setuju (STS)

¹⁰ Nikmatur Ridha, “Proses Penelitian, Masalah, Variabel, Dan Paradigma Penelitian,” *jurnal Hikmah* 14, no. 1 (2017), <https://doi.org/10.1111/cgf.13898>.

¹¹ Wahyu Widhiarso, “Berkenalan dengan Variabel Moderator,” *Draft*, 2011, 1–5.

No	Variabel	Definisi operasional	Indikator	Skala
		membayar pembelian produk. ¹²		
2.	Kesadaran merek	Kesadaran merek adalah kemampuan konsumen untuk mengidentifikasi suatu merek dalam berbagai kondisi, termasuk mengenali suatu merek dan mengingat satu atau lebih merek. ¹⁴	Peneliti menggunakan indikator pertanyaan kuesioner pada jurnal Supiyandi, Hastjarjo, dan Slamet 2022. ¹⁵ - Mudah diingat - Mudah dikenal dari tampilan dan warna	Likert 1. Sangat setuju (SS) 2. Setuju (S) 3. Netral (N) 4. Tidak setuju (TS) 5. Sangat tidak setuju (STS)
3.	Merek website	Selama tahap evaluasi proses pembelian, konsumen mengembangkan apresiasi dan minat terhadap serangkaian merek. Website yang memiliki brand image yang baik di mata konsumen akan mendorong mereka untuk membeli produk	Peneliti menggunakan indikator pertanyaan kuesioner pada jurnal Mohseni et al. 2018. ¹⁷ - Baik - Terkenal - Dapat diingat kembali - Mudah	Likert 1. Sangat setuju (SS) 2. Setuju (S) 3. Netral (N) 4. Tidak setuju (TS) 5. Sangat tidak setuju (STS)

¹³ Jordan, Leskovar, dan Marič, “Impact of Fear of Identity Theft and Perceived Risk on Online Purchase Intention.”

¹² Wayan Sudama et al., “Pengaruh Risiko Pencurian Identitas Dan Persepsi Atas Risiko Terhadap Niat Belanja Online,” *Indonesian Business Review* 3, no. 2 (2020): 180–218, <https://doi.org/10.21632/ibr.3.2.180-218>

¹⁴ Mulyaputri, “Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Niat Beli Merek Kopi Kenangan Di Kota Surabaya.”

¹⁵ Andi Supiyandi, Sri Hastjarjo, dan Yulius Slamet, “Influence of Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, and Brand Loyalty of Shopee on Consumers’ Purchasing Decisions,” *CommIT Journal*, vol. 16, 2022.

¹⁷ Shahriar Mohseni et al., “Attracting tourists to travel companies’ websites: the structural relationship between website brand, personal value, shopping experience, perceived risk and purchase intention,” *Current Issues in Tourism* 21, no. 6 (13 April 2018): 616–45, <https://doi.org/10.1080/13683500.2016.1200539>.

No	Variabel	Definisi operasional	Indikator	Skala
		dan jasa dari website toko online tersebut. Website dengan brand yang dikenal konsumen dapat memenuhi kebutuhannya. Hal ini merangsang minat konsumen untuk membeli produk dan jasa yang ditawarkan di website. ¹⁶	dikenali - <i>User friendly</i> - Layanan berkualitas tinggi	
4.	Persepsi risiko	Bauer mendefinisikan risiko yang dirasakan sebagai ketidakpastian mengenai kemungkinan konsekuensi negatif dari penggunaan suatu produk atau layanan. Secara garis besar, risiko yang dirasakan didefinisikan sebagai kemungkinan kerugian atau konsekuensi negatif terhadap upaya konsumen untuk mencapai hasil yang diinginkan ketika berbelanja di Internet. ¹⁸	Peneliti menggunakan indikator pertanyaan kuesioner pada jurnal Jordan, Leskovar, and Marič 2018. ¹⁹ - Harga - Kehilangan waktu - Kualitas - Kurangnya rasa produk - <i>After-sale service</i> - Nilainya - Pribadi	Likert 1. Sangat setuju (SS) 2. Setuju (S) 3. Netral (N) 4. Tidak setuju (TS) 5. Sangat tidak setuju (STS)
5.	Niat beli online	Niat membeli secara online adalah bagian	Peneliti menggunakan	Likert 1. Sangat

¹⁶ Ramialis dan Besra, "Pengaruh Website Quality Dan Website Brand Terhadap Minat Beli Online Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Survei Pada Konsumen Shopee Kota Padang)."

¹⁸ Marianty, "Perbedaan Gender mengenai Perceived Risk pada Pembelian Online."

¹⁹ Jordan, Leskovar, dan Marič, "Impact of Fear of Identity Theft and Perceived Risk on Online Purchase Intention."1

No	Variabel	Definisi operasional	Indikator	Skala
		dari keinginan konsumen untuk melakukan pembelian secara online. Ada metrik niat membeli yang digunakan oleh pelanggan. Dalam hal ini, Anda menyadari keunggulan produk yang akan Anda beli, Anda secara intensif mencari informasi tentang kualitas produk, Anda ingin segera membeli produk tersebut, dan Anda memiliki preferensi terhadap produk tertentu. ²⁰	indikator pertanyaan kuesioner pada jurnal Jordan, Leskovar, and Marič 2018. ²¹ - Keputusan pembelian	setuju (SS) 2. Setuju (S) 3. Netral (N) 4. Tidak setuju (TS) 5. Sangat tidak setuju (STS)

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Teknik validitas SEM yang digunakan adalah validitas konvergen dan validitas diskriminan yang keduanya dihasilkan dari *Structural Model*.²² Berikut akan dijelaskan masing-masing :

a. Validitas Konvergen

Validitas konvergen diukur dengan menentukan apakah setiap indikator yang diestimasi valid dalam mengukur dimensi konsep yang diukur. Jika koefisien variabel indikator lebih dari dua kali standar error ($C.R > 2.SE$), maka indikator menunjukkan validitas konvergen yang signifikan. Jika setiap indikator memiliki rasio kritis (C.R) yang lebih dari dua kali standar error, hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut secara valid mengukur apa yang coba diukur oleh model.

²⁰ Dwipayani N dan Rahyuda K, "Pengaruh Sikap Dan Fashion Leadership Terhadap Niat Beli Online Remaja Di Kota Denpasar."

²¹ Jordan, Leskovar, dan Marič, "Impact of Fear of Identity Theft and Perceived Risk on Online Purchase Intention."

²² Minto Waluyo dan Ir Mm, *Mudah Cepat Tepat Penggunaan Tools Amos Dalam Aplikasi (SEM)*, ed. oleh Irianto Basuki dan Mlta Sugiarti (Surabaya: UPN "Veteran" Jawa Timur, 2016).

b. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan dilakukan untuk menguji apakah dua atau lebih konstruk yang diuji merupakan konstruk independen. Hal ini dapat dicapai dengan membatasi estimasi parameter korelasi (Φ_{ij}) antara kedua komponen menjadi 1,0 dan membandingkan chi-kuadrat yang diperoleh dari model yang dibatasi dengan chi-kuadrat yang diperoleh dari model yang tidak dibatasi.

Validitas diskriminan dilakukan secara terpisah yaitu antara konstruk ekstrinsik dan ekstrinsik atau antara konstruk intrinsik dan intrinsik. Uji validitas diskriminan dapat dilakukan dengan menguji dua konstruk berdasarkan jumlah korelasinya. Hubungan sebab akibat terjadi antara dua variabel jika terdapat korelasi antara kedua variabel tersebut atau jika jumlah korelasi antara kedua variabel tersebut besar. Sebaliknya variabel independen harus tidak berhubungan atau jumlah korelasi kedua variabel harus kecil/tidak signifikan.

2. Uji Reliabilitas

Setelah kesesuaian model diuji dan validitasnya diukur, evaluasi lebih lanjut harus mencakup penilaian unidimensi dan reliabilitas. Reliabilitas adalah ukuran konsistensi internal dari indikator-indikator konstruk, dan merupakan sejauh mana setiap indikator merupakan indikasi dari sebuah konstruk umum, yaitu seberapa baik suatu indikator bekerja dalam menjelaskan fenomena umum. Penggunaan ukuran reliabilitas seperti α -Cronbach tidak mengukur unidimensi, melainkan mengasumsikan bahwa unidimensi sudah ada saat menghitung α -Cronbach. Metode SEM mengevaluasi keandalan suatu struktur dengan menghitung indeks keandalan peralatan yang digunakan dari model.²³

3. Uji Hipotesis

Keputusan pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan ukuran p pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Jika p lebih kecil dari alpha maka hipotesis nol (H_0) ditolak; jika p lebih besar dari alpha maka hipotesis nol (H_0) diterima.

²³ Minto Waluyo dan Ir Mm, *Mudah Cepat Tepat Penggunaan Tools Amos Dalam Aplikasi (SEM)*, ed. oleh Irianto Basuki dan Mlta Sugiarti (Surabaya: UPN "Veteran" Jawa Timur, 2016).

H0 : Tidak terdapat perbedaan antara matriks kovarians estimasi populasi dan matriks kovarians sampel.

H1: Terdapat perbedaan antara matriks kovarians populasi estimasi dan matriks kovarians sampel.

Pada pengujian hipotesis ini hipotesis 1 diterima yaitu H1 diterima maka hipotesis nol tidak diterima yaitu H0 ditolak.²⁴

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner

Salah satu cara dalam mengumpulkan data adalah kuesioner, digunakan untuk menganalisis sikap, keyakinan, pengetahuan, dan karakteristik pribadi dalam lingkungan yang mempengaruhi sistem yang sudah ada.²⁵ Peneliti menggunakan kuesioner untuk memperoleh data yang akan diolah. Kuesioner berupa pertanyaan pada responden yang telah ditentukan. Kuesioner ini dibuat dengan *google form* yang dapat disalurkan untuk responden. Kemudian responden akan menjawab pertanyaan tersebut dimana jawaban responden adalah sebagai bahan untuk melakukan penelitian.

Kuesioner disusun dengan skala likert. Skala likert atau *likert scale* merupakan skala penelitian yang digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat. Skala Likert ini meminta responden mengisi kuesioner yang menunjukkan tingkat persetujuan mereka terhadap serangkaian pertanyaan. Skala likert berupa lima pilihan skala dengan gradien dari sangat setuju (SS) hingga sangat tidak setuju (STS).²⁶ 5 pilihan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

²⁴ Minto Waluyo dan Ir Mm, *Mudah Cepat Tepat Penggunaan Tools Amos Dalam Aplikasi (SEM)*, ed. oleh Irianto Basuki dan MIta Sugiarti (Surabaya: UPN “Veteran” Jawa Timur, 2016).

²⁵ Livia Amanda, Ferra Yanuar, dan Dodi Devianto, “Uji Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang,” *Jurnal Matematika UNAND* 8 (2019).

²⁶ Dryon Taluke et al., “Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove Di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat,” *Spasial* 6, no. 2 (2019): 531–40.

Tabel 3.2 Penilaian skala kuesioner

Keterangan	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

2. Studi kepustakaan

Pengumpulan data ini diperoleh dari kumpulan literatur yang sejenis terkait penelitian yang akan dilaksanakan. Literatur tersebut dapat bersumber dari artikel jurnal, buku maupun literatur lainnya.

G. Teknik Analisis Data

Metode analisis data menggunakan analisis data kuantitatif menggunakan SEM (*structural Equation Modelling*) program AMOS. SEM merupakan metode statistik multivariat yang menggabungkan analisis faktor dan analisis regresi (korelasi), dengan tujuan untuk menguji hubungan antar variabel dalam suatu model, seperti hubungan antara suatu indikator dengan komponennya atau antar komponen.

Langkah-langkah yang harus diikuti saat membuat model lengkap menggunakan SEM adalah:

1. Spesifikasi Model.

Pada spesifikasi model, menggunakan semua teori, penelitian, dan informasi terkait untuk membuat model teoritis. Mengembangkan kerangka teori, peneliti perlu melakukan penelitian ilmiah menggunakan penelitian ilmiah yang intensif dalam menentukan validitas model teori yang dikembangkan. Artinya SEM tidak dapat digunakan tanpa landasan teori yang kuat.

2. Identifikasi model.

Pada *Structural Equation Modeling* (SEM), estimasi pengukuran adalah kegunaan kovarians sampel. Artinya sistem merupakan sekumpulan kesamaan yang parameternya tidak diketahui. Apabila pengukurannya bisa dikerjakan secara berbeda, kita dapat mengatakan bahwa model telah teridentifikasi. Kalau tidak,

itu pasti tidak diketahui. Ada dua jenis persamaan yang dibuat. yaitu persamaan struktural dan persamaan spesifikasi model.²⁷



²⁷ S Faizal, “Analisa Persepsi Pegawai terhadap Gaya Kepemimpinan dengan Pendekatan Metode di Industri Spare Part Otomotif (Studi Kasus PT. XXX Bekasi),” *LONTAR Jurnal Teknik Mesin Undana (LJTMU)* 03, no. 01 (2016): 9–16.