

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya, proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.¹

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.² Adapun jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian survey, digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengadakan kuesioner, test wawancara terstruktur dan sebagainya.³

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 1.

² Sugiyono, 2.

³ Sugiyono, 6.

kuantitatif/statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁴

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵ Adapun yang dijadikan populasi dari penelitian ini adalah konsumen online pada UD. Mebel Jati Jepara sebanyak 152 konsumen selama satu bulan.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).⁶

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Nonprobability Sampling*, dengan menggunakan teknik *Sampling Purposive* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Responden yang dipilih adalah konsumen online pada UD. Mebel Jati Jepara.

Dalam penelitian ini perhitungan sampelnya menggunakan rumus Solvin :⁷

⁴ Sugiyono, 8.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 80.

⁶ Sugiyono, 81.

⁷ Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Prenadamedia, 2013), 34.

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

Keterangan :

n = Sampel

N = Populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan (Tingkat kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%)

$$n = \frac{152}{1 + 152 (0,1)^2}$$

n = 60,32 dibulatkan menjadi 60 responden

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 responden.

C. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan.⁸

Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek lain. Variabel juga dapat merupakan atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu.

Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain maka macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi:

1. *Variabel independen* : variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).
2. *Variabel dependen*: sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 38.

sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁹

Variabel Independen pada penelitian ini adalah kepercayaan (X1) dan kenyamanan konsumen (X2), sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian online.

D. Variabel Operasional

Dalam penelitian ini, variabel penelitian dan pengukuran variabel dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.1 Variabel Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kepercayaan (X ₁)	Kepercayaan adalah sekumpulan keyakinan yang dipegang oleh para pelanggan terhadap karakteristik perusahaan dan kemungkinan perilaku konsumen perusahaan di masa datang. ¹⁰	1. Website online resmi perusahaan memberikan kesan positif karena tampilan produk yang bagus. 2. Laporan transaksi di website online perusahaan dapat dipecahkan. 3. Terdapat notifikasi pembayaran telah berhasil dilakukan saat melakukan pembelian melalui website online perusahaan. 4. Kompetensi dan keahwalannya dalam	<i>Likert</i>

⁹ Sugiyono, 39.

¹⁰ Ahmad Saefudin, “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan, Keamanan, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian menggunakan *Mbanking* (Studi Kasus Karyawan PT. Unilever IC Wall’s)”,

		<p>usaha mebel.</p> <p>5. perusahaan selalu bersikap jujur jika menjawab pertanyaan dari konsumen.</p> <p>6. perusahaan telah memberikan pelayanan secara konsisten.</p>	
Kenyamanan Konsumen (X ₂)	Kenyamanan berarti nasabah dalam menggunakan sistem informasi merasa fleksibel alam waktu dan tempat. ¹¹	<p>1. Jika terjadi kendala dalam pembelian secara offline di perusahaan, konsumen dapat menggunakan jasa online.</p> <p>2. Jika terjadi kerusakan situs online maka perusahaan akan memberikan kompensasi.</p> <p>3. Konsumen dapat berkomunikasi langsung dengan pihak customer service perusahaan dari situs online jika terjadi masalah.</p> <p>4. Situs perusahaan sangat lengkap dan tampilannya <i>real pict</i> sehingga dapat dimanfaatkan secara maksimal.</p>	<i>Likert</i>

Skripsi yang dipublikasikan, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Bangsa Bekasi (2017): 30.

¹¹ Ahmad Saefudin, 20.

		<p>5. Dapat mengakses weside perusahaan kapan pun dan dimanapun.</p> <p>6. Merasa nyaman berbelanja produk di perusahaan.</p>	
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan. ¹²	<p>1. Konsumen yakin telah mengambil keputusan yang tepat untuk bertransaksi menggunakan situs online di perusahaan.</p> <p>2. Membeli melalui situs online perusahaan adalah keputusan yang benar.</p> <p>3. Mengetahui mengenai produk mebel yang akan dibeli.</p> <p>4. Mencari dan memilih produk mebel yang baik sebelum membeli.</p> <p>5. Menilai dari usulan keluarga.</p> <p>6. Memberikan penilaian atas produk tersebut.</p>	<i>Likert</i>

¹² Ahmad Saefudin, “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan, Keamanan, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian menggunakan *Mbanking* (Studi Kasus Karyawan PT. Unilever IC Wall’s)”, *Skripsi yang dipublikasikan*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Bangsa Bekasi (2017): 30.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa metode diantaranya :

1. Kuesioner (Angket)

Sering pula metode angket disebut pula sebagai metode kuesioner atau dalam bahasa Inggris disebut *questionnaire* (daftar pertanyaan). Metode angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim kembali atau dikembalikan ke petugas atau peneliti.¹³ Metode ini digunakan untuk memperoleh data respon konsumen belanja online mengenai kepercayaan dan kenyamanan konsumen terhadap keputusan pembelian online. Kuesioner disusun dengan menggunakan skala *likert* dengan jenis ordinal (*ordinal scale*), skala ordinal digunakan untuk meningkatkan prefensi atau kegunaan beragam jenis produk oleh konsumen dan untuk mengurutkan tingkatan individu, objek atau peristiwa.

Penentuan bobot yang digunakan dalam melakukan penelitian atas hasil daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah dengan menggunakan Skala Ordinal yaitu 5 berjenjang (5, 4, 3, 2, 1), dengan kriteria umum penelitian untuk skor jawaban adalah :

Jawaban	Skor atau nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

¹³ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2015), 133.

2. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indra mata sebagai alat bantu utamanya selain pancaindra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit. Dapat dikatakan bahwa observasi merupakan kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya.¹⁴ Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi langsung pada konsumen online pada UD. Mebel Jati Jepara.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel.¹⁵

Item dikatakan valid jika ada korelasi dengan skor total. Hal ini menunjukkan adanya dukungan item tersebut dalam mengungkap suatu yang ingin diungkap. Item biasanya berupa pertanyaan atau pernyataan yang ditujukan kepada responden dengan menggunakan bentuk kuesioner (dengan tujuan untuk mengungkap sesuatu).¹⁶

¹⁴ Burhan Bungin, 143.

¹⁵ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2015), 175.

¹⁶ Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), 117.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui keajegan atau konsistensi alat ukur yang biasa menggunakan kuesioner (maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali).¹⁷ Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

1. *Repeat measure* atau pengukuran ulang. Disini seseorang akan diberikan pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.
2. *One Shot* atau pengukuran sekali saja. Pengukuran dilakukan sekali saja dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan.

Untuk melakukan uji reliabilitas dapat digunakan program SPSS dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Adapun kriteria bahwa instrumen ini dikatakan reliabel, apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan statistik *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Dan sebaliknya jika *Conbach Alpha* ditemukan angka koefisien lebih kecil ($< 0,60$) maka dikatakan tidak reliabel.¹⁸

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian pada variabel penelitian dengan model regresi yang bertujuan untuk mengetahui penyebaran data. Teknik pengujian yang dapat dipakai adalah:

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah regresi diketemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Model regresi

¹⁷ Duwi Priyatno, 120.

¹⁸ Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Media Ilmu Pres, 2018), 171.

yang baik tentu tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dapat dilihat dari R^2 , matrik korelasi variabel-variabel bebas, dan nilai tolerance dan lawannya, dan *variance inflation factor* (VIF).¹⁹

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu atau time series karena “gangguan” pada seorang individu/kelompok cenderung mempengaruhi “gangguan” pada individu/kelompok yang sama pada periode berikutnya. Model regresi yang baik adalah model regresi yang bebas dari autokorelasi.²⁰

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas data dapat mengetahui

¹⁹ Masrukin, 180.

²⁰ Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Media Ilmu Pres, 2018), 183.

apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data yang berbentuk lonceng (*bell shaped*). Distribusi data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak mempunyai juling ke kiri atau ke kanan dan keruncingan ke kiri atau ke kanan.²¹

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke satu pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau jika tidak terjadi heteroskedastisitas.²² Pada saat mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat ditentukan dengan melihat grafik Plot (*Scatterplot*) antara nilai prediksi variabel terikat (*ZPRED*) dengan residual (*SRESID*). Jika grafik plot menunjukkan suatu pola titik yang bergelombang atau melebar kemudian menyempit, maka dapat disimpulkan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas. Namun, jika tidak ada pola yang jelas, serat titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.²³

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui apakah ada

²¹ Masrukin, 187.

²² Masrukin, 139.

²³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas (Diponegoro: Semarang, 2011), 78

pengaruh antara variabel faktor kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi ganda untuk menganalisa data. Bentuk persamaan garis regresi ganda adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

Y : Keputusan pembelian online

a : Konstanta

b1 : Koefisien regresi variabel kepercayaan

b2 : Koefisien regresi variabel kenyamanan konsumen

X1 : Kepercayaan

X2 : Kenyamanan konsumen

e : Standar eror.

b. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji signifikansi parameter parsial bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen. Uji signifikansi parameter individual dilakukan dengan uji statistik t. Kesimpulan yang diambil dengan melihat signifikansi (α) dengan kriteria pengujian

- 1) Tingkat signifikansi $\alpha > 0,05$ maka H_0 diterima
- 2) Tingkat signifikansi $\alpha < 0,05$ maka H_0 ditolak.²⁴

c. Hasil Uji Signifikan Parameter Simultan (Uji Statistik F)

Uji signifikan parameter simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara bersama-

²⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas (Diponegoro: Semarang, 2011), 98-99.

sama berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Hasil uji signifikan dan parameter simultan dilakukan dengan uji statistik F. Adapun langkah pengujian uji F adalah :

- 1) Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif
 - H_0 ; $b_1 = b_2 = b_3 = 0$ (proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan secara bersama-sama oleh variabel bebas tidak signifikan).
 - H_1 ; minimal satu koefisien dari $b_1 \neq 0$ (proporsi variasi dalam terikat (Y) yang dijelaskan secara bersama-sama oleh variabel bebas signifikan).
- 2) Membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} yang tersedia pada α tertentu, misalnya 1%; $df = k; n - (k+1)$
- 3) Mengambil keputusan apakah model regresi linear berganda dapat digunakan atau tidak sebagai model analisis. Dengan menggunakan kriteria berikut ini, jika H_0 ditolak maka model dapat digunakan karena, baik besaran maupun tanda (+/-) koefisien regresi dapat digunakan untuk memprediksi perubahan variabel terikat akibat perubahan variabel bebas. Kriteria pengambilan keputusan mengikuti aturan berikut:
 - $F_{hitung} \leq F_{tabel}$; maka H_0 diterima
 - $F_{hitung} > F_{tabel}$; maka H_0 ditolak
- 4) kesimpulan juga diambil dengan melihat signifikansi (α) dengan ketentuan:
 - $\alpha > 5$ persen : tidak mampu menolak H_0
 - $\alpha < 5$ persen : menolak H_0

Pengambilan keputusan uji F simultan, dikatakan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara bersama-sama atau simultan jika nilai output SPSS pada kolom ANOVA untuk melihat F hitung menunjukkan nilai lebih besar dari F tabel ($F_{hitung} > F_{tabel}$) dengan

ketentuan F tabel dengan derajat kebebasan pembilang = jumlah variabel bebas dan derajat kebebasan penyebut = jumlah sampel dan nilai $\alpha = 0.05$.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memproduksi variasi variabel dependen.²⁵



²⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas (Diponegoro: Semarang, 2011), 97.