

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian “*Field Research*” atau bisa disebut penelitian lapangan, dengan menggunakan kuesioner. Dalam penelitian ini, Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai jenis penelitian yang dapat menciptakan temuan-temuan yang dapat tercapai dengan bantuan metode statistic ataupun dengan cara kuantitatif atau bisa disebut juga pengukuran.¹ Tujuannya adalah untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya.² Penelitian kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerical yang diolah dengan metode statistik menggunakan IBM SPSS 25.³

B. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan daerah generalisasi yang didalamnya terdapat obyek atau subyek dengan kualitas serta ciri tertentu sesuai keinginan peneliti untuk dipelajari dan selanjutnya akan ditarik kesimpulan.⁴ Dalam penelitian ini yang akan menjadi populasi adalah Mahasiswa pengguna Shopee.co.id di IAIN Kudus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2017-2020.

Tabel 3.1 Tabel Populasi

Angkatan	ES	MBS	MZW	PS	Akuntansi
2017	226	214	53	71	73
2018	217	225	68	110	114
2019	230	221	58	150	111
2020	138	138	58	137	133
Jumlah	811	798	237	468	431

Sumber data : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus

¹ V Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2015), 81.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 39.

³ Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif* (Yogyakarta: Cv Pustaka Ilmu Group, 2020), 248.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2004), 72.

Sampel dapat diartikan sebagai separuh atau setengah dari populasi. Karena sampel hanya separuh atau setengah dari populasi, maka sampel harus memiliki karakteristik yang sama dengan populasinya.⁵ Sehingga sampel yang mengambil dari populasi haruslah benar-benar mewakili.⁶ Penelitian ini menggunakan sumber data primer dengan melakukan penyebaran kuesioner atau angket melalui *google form* sebagai media penyebaran angket.

Teknik sampling yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu *purposive sampling* yang mana teknik ini sendiri dapat diartikan sebagai teknik pemilihan sampel dengan tata cara atau kriteria tertentu.⁷ Kriteria yang ditetapkan penelitian ini yaitu :

1. Mahasiswa FEBI IAIN Kudus Angkatan 2017-2020
2. Faham menggunakan Shopee.co.id
3. Pernah melakukan pembelian di Shopee.co.id
4. Bersedia menjadi responden.

Untuk menentukan sampel maka peneliti menggunakan Teknik Slovin dengan rumus :

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

Dimana :

n = Sampel

N = Populasi

E = Nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel).⁸

Berdasarkan rumus diatas maka perhitungan sampel dalam penelitian ini yaitu :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{2745}{1 + 2745(0,1)^2} \end{aligned}$$

⁵ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), 79.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 40.

⁷ V Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 88.

⁸ Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Surabaya: Zifatama Publishing, 2016), 120.

$$= 96,48$$

Berdasarkan rumus diatas, jumlah n yang diperoleh yaitu 96,48, dan dibulatkan menjadi 97 responden.

C. Identifikasi Variabel

Penelitian ini menggunakan minat beli sebagai variabel dependen (Y), *Online Customer Rating* (X1) dan Kualitas *Website* (X2) sebagai variabel independen.

Jenis variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi :

1. Variabel Bebas (*Independent variable*) variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁹ Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu *Online Customer Rating* yang dilambangkan dengan (X1) dan Kualitas *Website* yang dilambangkan (X2).
2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*) variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.¹⁰ Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Minat Beli yang dilambangkan dengan (Y).

D. Variabel Operasional

Definisi operasional dapat didefinisikan sebagai variabel penelitian yang mempunyai tujuan untuk memperjelas arti setiap variabel sebelum dilakukan analisis instrument, serta sumber pengukuran dari mana.¹¹ Terdapat Minat Beli yang digunakan sebagai variabel dependen (Y),

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 61.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* ,61.

¹¹ V Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*,

Online Customer Rating (X1) dan *Kualitas Website* (X2) sebagai variabel independen dalam penelitian ini.

Tabel 3.2 Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Referensi
<i>Online Customer Rating</i> (X1)	Rating adalah merupakan feedback dari konsumen berupa symbol bintang yang biasanya terdiri dari 1-5 bintang. Semakin banyak bintang yang diberi, berarti feedback yang diberikan semakin baik, begitu pula sebaliknya.	<i>Perceived Usefulness</i> <i>Perceived Enjoyment</i> <i>Perceived Control</i>	Ahmad Farki, Imam Baihaqi, dan Berto Mulia Wibawa (2016), <i>Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian Pada Online Marketplace di Indonesia</i> , Jurnal Teknik, Vol 5, No 2.
Kualitas <i>Website</i> (X2)	Kualitas <i>website</i> adalah tempat dimana konsumen dapat memperoleh informasi dengan mudah, baik informasi mengenai produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan. Kualitas <i>website</i> merupakan faktor utama dalam menjalankan suatu bisnis online. <i>Website</i>	Reliabilitas Ketanggapan Jaminan dan kepastian Empati	Nanda Bella Fidanty Shahnaz, “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online “, <i>Management Analysis Journal</i> , (2016).

	yang berkualitas adalah <i>website</i> yang diakses dengan mudah, menyediakan informasi yang lengkap, serta memiliki desain yang menarik.		
Minat Beli (Y)	Minat beli merupakan ketertarikan konsumen terhadap suatu produk dengan mencari informasi tambahan.	Transaksional Referensial Preferensial Eksploratif	Ade Indra Permana,” Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Situs Belanja Online Bukalapak”, <i>Jurnal Ekonomi Bisnis</i> 25, no.2, (2020).

Sumber Data : Review Hasil Riset Terdahulu

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Metode Angket (Kuesioner)

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menggunakan metode sebuah pertanyaan tertulis, yang mana pertanyaan tersebut diajukan kepada responden yang kemudian diisi dan dijawab. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang cukup praktis jika peneliti paham variabel yang akan diukur dan mengerti apa yang dapat diharapkan dari

responden.¹² Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka. Dalam penelitian ini bentuk kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup dan terbuka. Kuesioner dibagi menjadi dua bagian yaitu :

- a) Identitas responden, berisikan pertanyaan tentang data pribadi responden. Adapun skala yang dipergunakan adalah skala nominal yang meliputi nama, umur, jenis kelamin, jurusan dan angkatan.
- b) Pernyataan variabel, berisi pernyataan mengenai variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Skala yang dipergunakan yaitu skala *likert*, yakni skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek dan fenomena tertentu.¹³ Pertanyaan identitas dan pertanyaan variabel pada kuesioner dimasukkan ke dalam skala *likert* skor 1-4 dengan kriteria sebagai berikut :
 - SS (Sangat Setuju) dengan skor 4
 - S (Setuju) dengan skor 3
 - TS (Tidak Setuju) dengan skor 2
 - STS (Sangat Tidak Setuju) dengan skor 1¹⁴

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

Teknik analisis data untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini memakai aplikasi *IBM SPSS Statistic 25* dengan cara memasukkan hasil operasionalisasi variabel yang akan di uji.

a) Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang sering kali digunakan untuk mengetahui valid apa tidaknya suatu kuesioner untuk keperluan sebuah penelitian. Kuesioner yang bisa dikatakan valid apabila suatu kuesioner tersebut dapat mengungkapkan suatu yang

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 199.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 134.

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015) 134-135.

akan diukur oleh kuesioner tersebut.¹⁵ Dalam mengukur validitas data yakni memakai korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson). Taraf signifikansi yang digunakan dalam pengujian yaitu 0,05 yang mana memakai uji dua sisi. Adapaun tolak ukur dalam pengujian yaitu, apabila r hitung lebih dari r tabel dengan taraf sig 0,05 maka item-item pertanyaan menunjukkan valid. Dan sebaliknya apabila r hitung kurang dari r tabel dengan taraf sig 0,05 maka item-item pertanyaan menunjukkan tidak valid.¹⁶

b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas bisa diartikan sebagai skala pengukuran yang dipergunakan untuk menguji indikator variabel pada suatu kuesioner. Kuesioner bisa disebut reliable, apabila jawaban dari kuesioner tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Alat atau aplikasi yang dibutuhkan atau digunakan dalam menguji reliabilitas suatu kuesioner adalah dengan program SPSS, dimana SPSS ini dapat mengukur atau menguji reliabilitas memakai uji statistic *Cronbach Alpha*. Instrument dapat disebut reliable, apabila nilai yang dihasilkan dari pengujian uji statistic *Cronbach Alpha* lebih dari 0,70.¹⁷

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan yakni untuk menguji apakah didalam model regresi, variabel pengganggu atau residualnya mempunyai distribusi normal.¹⁸ Seperti kita ketahui, uji f dan uji t mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar, uji statistik menjadi tidak valid

¹⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 52.

¹⁶ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data Dengan Spss* (Jakarta: Buku Seru, 2010), 90.

¹⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, 48.

¹⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, 160.

untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan melihat sebaran data pada sumber diagonal pada grafik *Normal P-P Plot of regression standardized residual* atau dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*.¹⁹ Dalam penelitian ini, nantinya akan menggunakan uji normalitas dengan metode *One Sample Kolmogorov Smirnov* dengan taraf signifikansi 0,05 yang berarti jika data lebih dari 0,05 akan dianggap normal, sebaliknya jika data kurang dari 0,05 maka dianggap tidak normal.

b) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas ditujukan untuk mengetahui apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika didalam suatu variance dari residual satu ke pengamatan lain tetap, maka dapat dikatakan dengan sebutan Homoskedastisitas tetapi, jika berbeda maka dapat disebut dengan Heterokedastisitas. Suatu model regresi yang dapat dikatakan baik yaitu regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas atau yang berbentuk homokedastisitas.²⁰

Adapun cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu dapat melihat grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen), Uji park, Uji glejser, dan Uji white.²¹ Dalam penelitian ini menggunakan metode chart (diagram *Scatterplot*). Dimana heteroskedastisitas tidak terjadi apabila penyebaran titik membentuk pola tertentu yang

¹⁹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, 163-164.

²⁰ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, 139-142.

²¹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, 140.

teratur, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah 0 pada sumbu Y.²²

c) Uji Multikolonearitas

Dalam uji multikolonearitas mempunyai maksud dan tujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat adanya korelasi antar variabel *independen* (X). Apabila tidak berkorelasi dengan variabel X itu artinya model regresi tersebut adalah yanag baik. Sehingga agar dapat mengetahui ada dan tidaknya multikolonearitas pada sebuah model regresi maka dapat melihat yakni Nilai Tolerance, atau nilai *cut off* yang biasa digunakan untuk memperlihatkan adanya multikolonearitas yaitu apabila nilai tolerance kurang dari 0,10. Yang mana patokan untuk nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yaitu apabila nilai VIF lebih dari 10 maka dapat dikatakan bahwa adanya persoalan antara variabel X, begitupun sebaliknya apabila nilai VIF kurang dari 10 maka dapat dikatakan tidak adanya persoalan antara variabel X atau menunjukkan model regresi tersebut baik.²³

3) Teknik Analisis Data

a) Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan hubungan secara linier antara dua variabel bebas dengan variabel dependen. Jika nilai suatu variabel mengalami kenaikan atau penurunan, dan untuk mencari tahu apakah setiap variabel independen memiliki hubungan positif atau negatif.²⁴ Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh tiga atau lebih variabel, yang terdiri dari satu variabel terikat dan dua atau lebih variabel bebas.²⁵

²² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, 139.

²³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, 105-106.

²⁴ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data Dengan Spss*, 61.

²⁵ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan Spss*, 316.

Rumus regresi linier berganda sebagai berikut:

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

Dimana:

Y	= Minat Beli
a	= Konstanta
b ₁	= Koefisien regresi <i>Online Customer Rating</i>
b ₂	= Koefisien regresi <i>Kualitas Website</i>
X ₁	= <i>Online Customer Rating</i>
X ₂	= <i>Kualitas Website</i>
e	= Standar Error. ²⁶

4) Pengujian Hipotesis

a) Koefisien Determinasi (R²)

Analisis koefisien determinasi (R²) ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar akibat yang ditimbulkan dari variabel bebas (X) secara bersama-sama dengan variabel terikat (Y). Namun, apabila jumlah tersebut hampir mendekati satu, maka akan semakin besar pula dampaknya, sehingga dengan sebutan yang berbeda, model yang dipakai sesuai untuk mengartikan variabel output.²⁷ Yang mana apabila nilai R² yang kecil menjelaskan pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) sangat terbatas, sedangkan nilai R² yang mendekati satu artinya variabel bebas (X) hampir secara penuh menjelaskan variabel terikat (Y).²⁸

²⁶ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data Dengan Spss*, 61.

²⁷ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data Dengan Spss* (Jakarta: Buku Seru, 2010), 66.

²⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, 98.

b) Uji Signifikansi Parameter Simultan (Uji f)

Uji simultan bertujuan untuk melihat apakah nilai variabel bebas (*Online customer rating* (X1) dan Kualitas *website* (X2)) secara bersama-sama dapat mempengaruhi signifikan terhadap nilai variabel terikat (Minat Pembelian (Y)). Berikut ketentuan yang diambil pada penelitian ini:

- 1) Memilih hipotesis
Ho: Tidak berpengaruh secara simultan
Ha: Terdapat pengaruh secara simultan
- 2) Memilih taraf signifikansi
Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$)
- 3) Patokan pengujian
Apabila f hitung kurang dari f tabel, artinya Ho diterima.
Dan apabila f hitung lebih dari f tabel, artinya Ho ditolak.²⁹

c) Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji t)

Uji t atau bisa disebut juga dengan uji parsial adalah uji yang digunakan untuk menganalisis dan menguji hipotesis agar dapat diketahui terdapat pengaruh secara parsial antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).³⁰ Uji t terlebih dahulu untuk menghitung koefisien t yang mana untuk menghitung koefisien t maka haruslah menggunakan rumus t hitung, sehingga setelah dihitung dengan t hitung, maka

²⁹ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data Dengan Spss*, 67.

³⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss* 19, 88.

tinggal dibuktikan dengan menggunakan t tabel pada bagian drajat kebebasan dan taraf kesalahan tertentu.³¹ Sehingga untuk dapat mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh signifikansi dari variabel independen secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependen maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan petunjuk yaitu

1) Memilih Hipotesis

Ho: Tidak ada pengaruh secara parsial

Ha: Ada pengaruh secara parsial

2) Memilih taraf Signifikansi

Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$)

3) Patokan dalam Pengujian

Apabila t hitung melebihi t tabel, artinya Ho diterima

Sebaliknya, apabila t hitung kurang dari t tabel, artinya Ho ditolak.³²

³¹ Purwanto, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi Dan Pendidikan* (Yogyakarta: Pustaka, 2012),296.

³² Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data Dengan Spss*, 68-69..