

BAB III

METEDOLOGI PENELITIAN

A. Waktu Dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah kepercayaan dan kemudahan dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara online di situs Shopee.

Waktu yang dihabiskan untuk melakukan penelitian ini adalah selama kurang lebih 3 bulan yaitu bulan Juli sampai dengan September 2019. Penulis memilih penelitian di kampus Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, demi mempermudah penulis dalam meneliti belanja secara online di situs Shopee.

B. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono 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”.¹

Populasi dalam penelitian ini adalah 110 Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Semester III Tahun Akademik 2018-2019 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang pernah melakukan transaksi online di situs Shopee.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.² Karena besarnya populasi maka tidak mungkin bagi peneliti untuk mengambil data dari keseluruhan jumlah populasi.

Sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Tahun Akademik 2018-2019 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin Banten yang pernah maupun

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV Alfabeta, 2017), Cet. Ke-26, hal 80

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*,....Hal. 81

yang tidak pernah melakukan transaksi online di situs shopee.

Adapun cara untuk menentukan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana :

n = jumlah sampel / responden penelitian

N = jumlah populasi responden

e =kelonggaran sampel (persen kelonggaran karena ketidakteelitian akibat masalah pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi sebesar 10 % atau 0,1)

1 = konstanta

$$n = \frac{110}{1 + 110(0,1)^2} \quad n = 53$$

Dari perhitungan rumus Slovin diatas menjelaskan bahwa jumlah sampel yang penulis teliti sebesar 53 responden yang terdiri dari Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Tahun Akademik 2018-2019 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Sultan

Maulana Hasanudin Banten, dengan harapan mendapatkan respon atau jawaban atas pertanyaan tersebut. Dengan teknik pengambilan sampel yaitu *Sampling Insidental*.

Sampling Insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.³

C. Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran merupakan suatu kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.⁴

Variabel dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *skala likert*. *Skala likert* digunakan untuk mengukur sikap dan persepsi seseorang atau kelompok orang

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV Alfabeta, 2017), Cet. Ke-26, hal 85

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV Alfabeta, 2017), Cet. Ke-26, hal 92

tentang fenomena sosial. Dengan *skala likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolok ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan *skala likert* mempunyai tingkatan “sangat setuju” sampai “sangat tidak setuju”.⁵

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban-jawaban tersebut dapat diberi skor, misalnya:

Tabel 3.1
Instrumen Skala Likert

No	Skala	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-Ragu	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D (2017:94)

Responden diharuskan memilih salah satu dari kelima alternatif jawaban yang tersedia. Nilai yang diperoleh akan

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV Alfabeta, 2017), Cet. Ke-26, hal 93

dijumlahkan dan jumlah tersebut menjadi nilai total. Nilai total inilah yang akan ditafsirkan sebagai posisi responden dalam *skala likert*.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang ditempuh atau alat-alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data.⁶ Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁷

Kuesioner dalam penelitian ini akan disebarakan kepada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Tahun Akademik 2018-2019 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin

⁶ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif,....Hal.* 159

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV Alfabeta, 2017), Cet. Ke-26, hal 142

Banten yang pernah melakukan transaksi online di situs Shopee.

2. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode yang digunakan penulis untuk mempelajari teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti, kemudian teori-teori tersebut digunakan sebagai bahan dalam mencari kebenaran dari masalah tersebut.

E. Teknik Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum dan generalisasi.⁸

Statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai subjek penelitian berdasarkan data dari

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV Alfabeta, 2017), Cet. Ke-26, hal 142

variabel yang diperoleh dari kelompok subjek yang diteliti dan tidak bermaksud untuk pengujian hipotesis.⁹

2. Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya.¹⁰ Pengukuran validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Bivariate Pearson (Product Moment Pearson)*, yakni teknik korelasi dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor. Uji Validitas dapat dikatakan valid apabila signifikan $< 0,05$ atau 5 %. Indikator pertanyaan akan dinyatakan valid dari tampilan output IBM SPSS Statistic 20.

⁹ Saifuddin, Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: PUSTAKA BELAJAR, 1998), Edisi 1, Cet. 1, Hal. 126

¹⁰ Ety Rochaety dan Ratih Tresnati, *Metodologi Penelitian Bisnis dengan Aplikasi SPSS*, (Mitra Wacana Media, 2007), h. 75.

3. Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi atau suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha > 0,60 maka reliabel.¹¹ Uji ini diukur dengan menggunakan IBM SPSS statistic 20.

F. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak.¹² Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*. *Kolmogorov-Smirnov* merupakan uji normalitas yang

¹¹ V. Wiranta Sujarweni, Poly Endrayanto, *Statistika Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), h. 186.

¹² Suliyanto, *Ekonometrika Terapan-Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2011), Hal. 69

menggunakan fungsi distribusi kumulatif.¹³ Dengan menggunakan tingkat signifikansi 5%, maka jika nilai *Asymp.sig.* (2-tailed) lebih dari nilai signifikan 5% (0,05) artinya variabel residual berdistribusi normal.(Situmorang dan Muslich, 2012:100).

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika variance dari residual pengamatan yang lain tetap, disebut homokedasitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedasitas dapat dilakukan dengan melihat grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel terkait yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID dengan dasar analisis sebagai

¹³ Suliyanto, *Ekonometrika Terapan-Teori dan Aplikasi dengan SPSS*,.....Hal. 75

berikut:¹⁴ Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebut di atas dan di bawah adalah angka nol pada sumbu Y, maka tidak ada heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui adanya hubungan linear antara variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai TOL (*Tolerance*) dan VIF (*Variance Inflation Factor*) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikanya. Jika nilai VIF tidak lebih dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.¹⁵

¹⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit UNDIP,), h. 139.

¹⁵ Suliyanto, *Ekonometrika Terapan-Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2011), Hal. 90

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara anggota serangkaian data observasi yang diuraikan menurut waktu (*times-series*) atau ruang (*cross-section*). Adapun uji autokorelasi dengan metode Durbin Watson (Durbin Watson Test) merupakan uji yang sangat populer untuk menguji ada-tidaknya masalah autokorelasi dari model empiris yang diestimasi.¹⁶ Untuk menentukan ada atau tidaknya autokorelasi dengan nilai DW kritis, harus berpedoman pada tabel berikut:

Tabel 3.2
Kriteria Pengujian Autokorelasi dengan Uji Durbin Watson

Durbin Watson	Kesimpulan
$d < d_l$	Ada Autokorelasi (+)
$d_l \leq d \leq d_u$	Tanpa Kesimpulan
$d_u < d < 4 - d_u$	Tidak Ada Autokorelasi
$4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$	Tanpa Kesimpulan
$d > 4 - d_l$	Ada Autokorelasi (-)

Sumber: Suliyanto, Ekonometrika Terapan 2011

¹⁶ Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), 95.

5. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara variabel bebas yang digunakan lebih dari satu yang mempengaruhi satu variabel tak bebas. Dalam sistem persamaan matematis yang mempunyai hubungan fungsional antara variabel variabel tersebut yang dirumuskan :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

X₁ = Kepercayaan Pelanggan

X₂ = Kemudahan Pelanggan

E = error

G. Uji Hipotesis

1. Uji – t (Parsial)

Nilai t hitung digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial (per variabel) terhadap variabel tergantungnya. Apakah variabel tersebut memiliki pengaruh

yang berarti terhadap variabel tergantungnya atau tidak.¹⁷ Jika nilai signifikan variabel independen $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Cara lain untuk menguji signifikan uji t adalah dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} . Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

2. Uji F (Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat.¹⁸ Jika nilai signifikan variabel independen $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Cara lain untuk menguji

¹⁷ Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2014), h. 40.

¹⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS...* h. 99.

signifikan uji F adalah dengan membandingkan f_{hitung} dengan f_{tabel} . Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

3. Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi yang dinyatakan dengan r merupakan alat untuk menjelaskan hubungan antara variabel X dan Y. Koefisien korelasi pada dasarnya menunjukkan kemampuan hubungan antara variabel independen (X_1 X_2 X_3) dengan variabel dependen yaitu (Y). Oleh karena itu untuk mempermudah pemberian kategori koefisien korelasi maka akan dibuat kriteria pengukuran sebagai berikut:

Tabel 3.3
Tabel Korelasi dan Kekuatan Hubungan

No	Nilai Korelasi (r)	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat Lemah
2	0,20 – 0,399	Lemah
3	0,40 – 0,599	Cukup
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R%D,

(2017 : 184)

4. Koefisien determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi adalah suatu pengujian yang digunakan untuk menguji pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Besarnya koefisien determinasi dari 0 sampai dengan 1. Semakin mendekati nol besarnya koefisien determinasi suatu persamaan regresi maka semakin kecil pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Rumus koefisien determinasi:¹⁹

$$R^2 = \frac{a \sum Y + b \sum X_1 Y + c \sum X_2 - n \bar{Y}^2}{\sum Y^2 - n \bar{Y}^2}$$

- R^2 = Koefisien determinasi
 X_1 dan X_2 = Variabel independen
 \bar{Y} = Rata-rata variabel dependen
 \bar{n} = Jumlah unsur sampel
a, b dan c = Koefisien regresi ganda
Y = Variabel independen

¹⁹ Noegroho Boedijoewono, *Pengantar Statistika Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: STIM YKPN, 2012) Edisi ke-6, Hal. 310

H. Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono, variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.²⁰

Variabel operasional diperlukan untuk menentukan jenis-jenis indikator serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga penguji hipotesis menggunakan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar. Sesuai dengan hipotesis yang diajukan yaitu pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian secara Online di situs Shopee, maka terdapat tiga variabel. Dalam penelitian ini variabel bebas nya adalah Kepercayaan (X_1) dan Kemudahan (X_2), sedangkan variabel terikat nya adalah Keputusan Pembelian secara Online (Y). Agar lebih mudah untuk melihat mengenai variabel penelitian yang digunakan, maka penulis menjabarkannya ke dalam bentuk operasional variabel yang dapat dilihat pada tabel berikut :

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV Alfabeta, 2017), Cet. Ke-26, hal 38

Tabel 3.4
Definisi Operasional Variabel Penelitian

No	Nama Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
1.	Kepercayaan (X1) (Ling, Chai dan Piew: 2010) dan dan (Mcknight dan Chevany : 2016)	Kepercayaan adalah anggapan atau keyakinan bahwa sesuatu yang dipercayai itu benar, harapan dan keyakinan akan kejujuran, kebaikan dan sebagainya.	Reputasi	Penilaian produk	1
			Pelayanan	Proses cepat	2, 3
			Keamanan	Informasi personal	4, 5
			Jaminan	Pengembalian dana	6, 7, 8
			Kepuasan	1) Barang sesuai pesanan 2) Harga terjangkau	9, 10
2.	Kemudahan (X2) (Kusuma dan Susilowati: 2007)	Kemudahan adalah hal atau sifat untuk melaksanakan rencana yang tidak memerlukan banyak tenaga atau pikiran dalam mengerjakannya, cepat dimengerti.	Penggunaan	1) Jual beli 2) Upgrade fitur	1, 2
			Perolehan produk	1) Akses produk 2) Mudah dan aman	3, 4
			Interaksi	1) Feed back 2) Chat	5, 6
			Pengiriman	1) cepat dan terjamin 2) proses	7, 8
			Pembayaran	proses pembayaran	9, 10

3.	Keputusan Pembelian (Y) (Simamora, 2002: 76)	Keputusan Pembelian adalah suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif yang ditawarkan.	Informasi Produk	Rincian Produk	1
			Merk	Citra merk	2
			Promosi	1) Gratis ongkir 2) Koin 3) Cash back	3, 4, 5, 6
			Penjual	1) Akun penjual 2) Review produk	7, 8
			Jenis Produk	Barang dan jasa	9, 10