

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini merupakan penelitian *explanatory* yaitu penelitian yang bertujuan untuk menentukan pengaruh antara variabel independen yaitu *e-trust* dan *online consumer review* terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Sugiyono, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan aplikasi Tokopedia di Jombang dengan sampel yang berjumlah 96 responden, yang diambil menggunakan tehnik *accidental sampling*. Tehnik pengambilan datanya menggunakan angket yang diberikan kepada responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan diolah menggunakan SPSS versi 21.

3.2 Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada konsumen Tokopedia di Jombang. Objek penelitian ini yaitu pengaruh *e-trust* dan *online consumer review* terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen Tokopedia di Jombang).

3.3 Pengukuran Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.3.1 Pengukuran Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga variabel, yang terdiri dari satu variabel terikat (dependen), dan dua variabel bebas (independen). Variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel terikat (dependen)

Y = Keputusan Pembelian

2. Variabel bebas (independen)

X1 = *E-Trust*

3. Variabel bebas (independen)

X2 = *Online Consumer Review*

3.3.2 Definisi Operasional

Adapun definisi operasional penelitian ini adalah :

1. Keputusan Pembelian (Y)

Mengacu konsep Kanuk (2007) dalam penelitian ini dikatakan bahwa konsumen Tokopedia yang ingin melakukan keputusan pembelian produk harus menentukan pilihannya terlebih dahulu melalui alternatif- alternatif yang tersedia di situs atau aplikasi Tokopedia. Pertimbangan yang dikerjakan konsumen memiliki dua atau lebih alternatif pilihannya sehingga keputusan pembelian dapat diartikan sebagai penetapan pilihan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Yang diukur dengan indikator menurut (Kotler & Keller, 2008):

- a. Pengenalan Masalah
- b. Mencari Informasi.
- c. Evaluasi Alternatif.
- d. Keputusan Pembelian.

2. *E-Trust* (X1)

Mengacu konsep Kimery dan McCard dalam (Suryani, 2008) mendefinisikan Kepercayaan sebagai kesediaan konsumen untuk menerima celah dalam transaksi online berdasarkan ekspektasi positif mereka terhadap perilaku belanja *online* mereka di masa depan. Variabel ini diukur dengan indikator yang dikembangkan oleh (Mauludiyahwati, 2017), antara lain:

- a. Kejujuran ketika mengelola situs atau aplikasi jual beli *online*.
- b. Kompetensi, yaitu situs bisa menjadi kompetitif dan dapat diandalkan.
- c. Informasi yang diberikan dapat dipercaya.

3. *Online Consumer Review* (X2)

Mengacu konsep Khammash (2008) menjelaskan bahwa “*online consumer review* dapat diartikan sebagai media yang memungkinkan konsumen untuk melihat evaluasi konsumen lain terhadap produk, layanan, dan tentang produsen perusahaan”. Yang diukur menggunakan indikator yang diambil dari Lackermair, Keiler, & Kanmaz dalam Sudjatmika (2017) :

- a. *Awarenes* atau Kesadaran.
- b. *Frequency* atau Frekuensi.
- c. *Comparison* atau Perbandingan.
- d. *Effect* atau Efek.

Tabel 3. 1 Kisi - kisi indikator penelitian

Variabel	Indikator	Item
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan Masalah	1.Saya membutuhkan produk yang tersedia di <i>marketplace</i> .
		2. Tokopedia menyediakan produk yang saya inginkan.
	Pencarian Informasi	3. Sebelum saya berbelanja di Tokopedia, saya mencari informasi terlebih dahulu tentang beberapa <i>marketplace</i> .
	Evaluasi Alternatif	4. Saya memilih berbelanja di Tokopedia setelah membandingkan dengan beberapa <i>marketplace</i> .
	Keputusan Pembelian	5. Saya yakin melakukan pembelian di Tokopedia.
<i>E-Trust</i> (X1)	Kejujuran ketika mengelola situs jual beli <i>online</i> .	6. Tokopedia jujur dalam melakukan transaksi.
	Kompetensi	7. Tokopedia mampu bersaing dengan <i>marketplace</i> lain.
		8. Tokopedia mampu menyediakan produk sesuai dengan deskripsi.
Informasi yang diberikan dapat dipercaya	9. Menurut saya informasi yang diberikan Tokopedia dapat dipercaya.	
<i>Online Consumer Review</i> (X2)	Kesadaran atau <i>Awareness</i>	10. Saya menyadari adanya fitur <i>online consumer review</i> .
	<i>Frequency</i> atau Frekuensi	11. Saya seringkali memanfaatkan fitur <i>online consumer review</i> .
	Perbandingan atau <i>Comparison</i>	12. Saya selalu membandingkan ulasan-ulasan produk sebelum membeli.
	<i>Effect</i> atau Pengaruh	13. Adanya <i>Online consumer review</i> memudahkan saya dalam mengambil keputusan pembelian.

Sumber : Data diolah, 2021

3.4 Metode Pengukuran Data

Pengukuran nilai dari angket ini dengan menggunakan skala likert, skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2010). Pada penelitian ini responden diharapkan memilih salah satu dari kelima

alternatif jawaban yang tersedia, kemudian setiap jawaban yang diberikan akan diberi nilai tertentu (1, 2, 3, 4, dan 5). Nilai yang diperoleh akan dijumlahkan dan jumlah tersebut menjadi nilai total. Nilai total inilah yang akan ditafsirkan sebagai posisi responden dalam skala likert. Alternatif jawaban yang tersedia sebagai berikut :

Tabel 3. 2 Skala Likert

No	Jenis Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi yaitu gabungan dari seluruh elemen yang berupa peristiwa, perihal ataupun orang yang memiliki ciri yang seragam yang jadi pusat perhatian seorang periset sebab itu dipandang sebagai suatu semesta penelitian (Ferdinand, 2014). Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang memiliki dan menggunakan aplikasi Tokopedia di Jombang yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

3.5.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari ukuran dan karakteristik populasi (Sugiyono, 2010). Sampel ini dipilih karena tidak mungkin untuk

mempelajari semua anggota populasi dalam banyak kasus, jadi kami membentuk perwakilan populasi.

Dalam pengambilan sampel, peneliti memakai teknik *non probability sampling* yaitu *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti dan memiliki kriteria yang sesuai maka akan dijadikan sebagai sampel (Sugiyono, 2014).

Rumus dalam menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui adalah menggunakan rumus Cochran sebagai berikut (Sugiyono, 2019):

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Dimana:

n = jumlah sampel yang diperlukan

z = harga dalam kurva normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p = peluang benar 50% = 0,5

q = peluang salah 50% = 0,5

e = tingkat kesalahan sampel (sampling error), 10% = 0,1

Maka perhitungan dalam menentukan jumlah sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Hasil dari perhitungan $n = 96,04$. Namun, untuk mempermudah peneliti maka hasil perhitungan dibulatkan menjadi 96 responden.

3.6 Jenis Data dan Sumber Data

3.6.1 Jenis Data

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2014) data primer ialah data yang dikumpulkan langsung dari subjek penelitian oleh peneliti sendiri, termasuk wawancara dan angket yang dirancang oleh peneliti berdasarkan pertanyaan penelitian. Data yang dapat dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dengan cara menyebarkan angket kepada konsumen yang telah menggunakan aplikasi Tokopedia di Jombang.

2. Data Sekunder

Berisikan pengumpulan data yang diperoleh dari penelitian terdahulu, perusahaan, referensi dan studi pustaka terkait dengan profil perusahaan yang diteliti.

3.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan angket dalam teknik pengumpulan data. Angket merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan

kepada responden sekumpulan pernyataan tertulis untuk dijawab (Sugiyono, 2014). Perihal ini dikarenakan data yang didapat langsung diperoleh dari sumber pertama. Data ini adalah data mentah yang harus diolah dan diproses lebih lanjut.

3.7 Uji Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas menggunakan alat ukur (angket) yang digunakan untuk mengukur apakah data yang diperoleh setelah penelitian adalah data yang valid (Sugiyono, 2010). Pengujian validitas dilakukan untuk memastikan alat yang digunakan untuk mengukur konsep yang harus diukur digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Peneliti menggunakan teknik korelasi melalui koefisien korelasi *product moment*. Rumus korelasi *product moment* (Morissan, 2014):

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi

n = jumlah sampel

x = skor seluruh item

y = skor total

Uji validitas akan dilakukan pada 30 orang diluar sampel menggunakan program SPSS. Validitas suatu butir pernyataan dapat dilihat pada hasil *output* SPSS pada tabel dengan judul *Corrected Item-*

Total Statistic. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *Corrected item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan. Suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r-hitung yang merupakan nilai dari *Corrected item-Total Correlation* $> 0,30$.

Tabel 3. 3 Hasil Pengujian Validitas

No.	Variabel	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r kritis	Keterangan
1	Keputusan Pembelian	0.816	0.3	Valid
2		0.710	0.3	Valid
3		0.532	0.3	Valid
4		0.583	0.3	Valid
5		0.671	0.3	Valid
6	<i>E-Trust</i>	0.763	0.3	Valid
7		0.660	0.3	Valid
8		0.641	0.3	Valid
9		0.649	0.3	Valid
10	<i>Online Consumer Review</i>	0.775	0.3	Valid
11		0.743	0.3	Valid
12		0.740	0.3	Valid
13		0.710	0.3	Valid

Sumber : Data Diolah, 2021

Dari tabel 3.3 terlihat bahwa korelasi antara masing-masing item pernyataan terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan, dan menunjukkan bahwa r hitung $> 0,3$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Jika instrumen dapat mengungkapkan data yang dapat diandalkan dan menyesuaikan dengan keadaan sebenarnya, instrumen tersebut dapat dikatakan reliabel. Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur kuesioner, yang merupakan indikator variabel atau struktur. Jika jawaban seseorang atas pernyataan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke

waktu, kuesioner tersebut dikatakan handal atau reliabel (Mauludiyahwati, 2017). Instrumen yang berbentuk pilihan ganda maupun skala bertingkat maka reliabilitasnya dihitung dengan rumus *Alpha Cronbach* > 0,60 maka masing-masing variabel terpenuhi Ghozali (2006) dalam (Mauludiyahwati, 2017) sebagai berikut :

Keterangan :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum a_b^a}{a_1^2} \right]$$

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau soal

$\sum a^a$ = varian total

a^2 = jumlah varian butir atau item

Tabel 3. 4 Hasil Pengujian Reliabilitas

No.	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Koefisien	Keterangan
1	Keputusan Pembelian	0.784	0.6	Reliabel
2	<i>E-Trust</i>	0.756	0.6	Reliabel
3	<i>Online Consumer Review</i>	0.822	0.6	Reliabel

Sumber : Data Diolah, 2021

Dari Tabel 3.4 menunjukkan bahwa hasil pengujian reliabilitas terhadap semua variabel mempunyai nilai diatas 0,6 sehingga dinyatakan semua variabel adalah reliabel, dan layak untuk dijadikan sebagai alat ukur dan selanjutnya angket dapat disebar.

3.8 Uji Asumsi Klasik

Untuk memastikan persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linier dan dapat digunakan secara efektif untuk prediksi, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas dan autokorelasi akan digunakan untuk uji asumsi klasik.

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal. Ujिनormalitas diperlukan untuk melakukan pengujian variable lain dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik parametrik tidak dapat digunakan (Ghozali, 2012).

Ujिनormalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2012). Uji normalitas data memiliki tujuan untuk mendeteksi distribusi data dalam satu variabel yang digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak untuk membuktikan model penelitian tersebut adalah data distribusi normal. Untuk menguji apakah data yang dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak bisa dilakukan dengan metode sebagai berikut:

- a. Metode 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 berdistribusi secara normal

- b. Metode grafik yang terjamin adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kuantitatif dari distribusi normal. Distribusi normal membuat satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.
- c. Metode statistik merupakan uji statistik sederhana yang sering digunakan untuk menguji asumsi normalitas adalah dengan menggunakan uji normalitas dari Kolmogorov smirnow. Metode pengujian normal tidaknya distribusi data dilakukan dengan cara melihat nilai yang signifikan variabel, apabila signifikan lebih besar dari alpha 5% maka menunjukkan distribusi data normal.

3.8.2 Uji Heteroskedastisitas

Salah satu asumsi regresi linier yang harus dipenuhi adalah *homocedasticity of error variance* (homokedastistas). Homoskedastisitas artinya varians kesalahannya konstan (tetap) atau disebut juga sama. Kasus heteroskedastisitas adalah sebaliknya, yaitu jika kondisi *error variance* (atau Y) tidak sama (Setiawan dan Kusri, 2010 :103). Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat scatter plot antara nilai prediksi (ZPRED) dan nilai residual (SRESID)

dari variabel dependen. Jika titik-titik ini membentuk pola teratur tertentu, seperti gelombang besar dan lebar, kemudian menyempit, terjadi heteroskedastisitas. Jika titik merambat di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.3 Uji Multikolinearitas

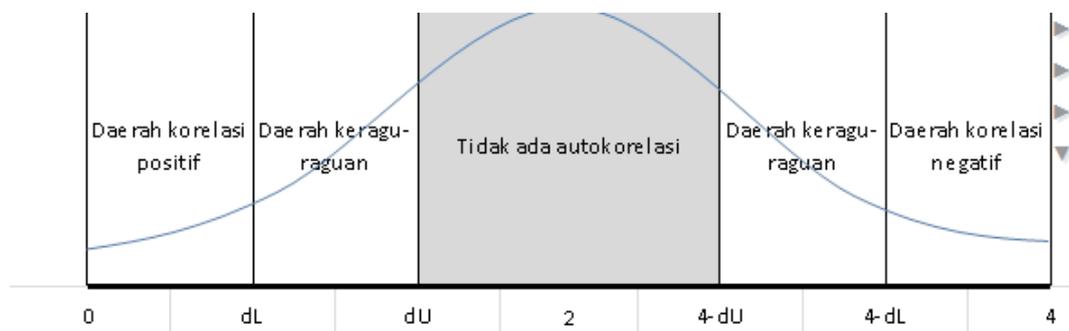
Uji multikolinearitas dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel independen dalam regresi (Ghozali, 2012). Nilai *tolerance value* dan nilai *Variance Influence Factor* (VIF) digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas pada penelitian ini.

Kedua ukuran tersebut menunjukkan variabel independen yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jika nilai toleransi lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memiliki multikolinieritas, begitu pula sebaliknya. Jika nilai toleransi 0,10 dan nilai VIF lebih besar dari 10 maka ada multikolinieritas antara variabel tinggi.

3.8.4 Uji Autokorelasi

Autokorelasi dalam konsep regresi linier berarti komponen kesalahan didasarkan pada deret waktu (pada data periodik) atau tatanan spasial (pada data *cross-sectional*) atau korelasi itu sendiri. Dalam penelitian ini, uji Durbin-Watson digunakan untuk menguji autokorelasi. Uji Durbin-Watson hanya digunakan untuk autokorelasi orde pertama

dan memerlukan intercept (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada lagi variabel di antara variabel independen. Jika nilai Durbin-Watson (d) lebih besar dari batas atas (dU) dan lebih kecil dari nilai $4-dU$ maka dapat dikatakan tidak terjadi autokorelasi (Ghozali, 2012).



Gambar 3. 1 Kurva Durbin-Watson

3.9 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah metode yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Berikut ini adalah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini :

3.9.1 Analisis Deskriptif

Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan menggambarkan atau mendeskripsikan data yang dikumpulkan, tanpa bermaksud membuat kesimpulan atau generalisasi yang umum Sugiyono (2014). Analisis deskriptif digunakan untuk menentukan frekuensi dan variasi tanggapan terhadap butir atau item pernyataan dalam angket, dan menggunakan perhitungan berikut untuk menentukan kategori skor rata-rata :

$$\text{Rentang Skor} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{Jumlah Kategori}}$$

$$\begin{aligned} &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut :

1,0 – 1,8 = Sangat Rendah

1,81 – 2,6 = Rendah

2,61 – 3,4 = Cukup

3,41 – 4,2 = Tinggi

4,21 – 5,0 = Sangat Tinggi

Keterangan :

Skor tertinggi : 5

Skor terendah : 1

3.9.2 Teknik Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi berganda membantu membuktikan ada tidaknya hubungan antara dua atau lebih variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Analisis deskriptif dilakukan dengan membagi skor total dengan skor yang diperoleh dari jawaban angket (Utami dan Saputri, 2016). Menurut (Sugiyono, 2010) analisis regresi linier berganda adalah: “analisis yang digunakan untuk memprediksi keadaan (turun naiknya) variabel dependen ketika dua atau lebih variabel independen dimanipulasi”. Bentuk persamaan regresi linier berganda yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b = Koefisien

X1 = *Online Consumer Review*

X2 = *E-Trust*

e = Standar Error

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji t (Parsial)

Uji t dipergunakan untuk menguji apakah korelasi berbeda nyata dengan nol (tidak ada hubungan atau korelasi sama sekali) (Morissan, 2014). Metode statistik ini dapat mengetahui apakah nilai korelasi lebih besar dari pada faktor kebetulan.

Untuk menguji signifikansi variabel independen (yaitu, *e-trust* dan *online consumer review*) pada variabel dependen (yaitu, keputusan pembelian yang signifikan dari nol), kita dapat menggunakan tahap pengujian melalui SPSS.

Tahap-tahap pengujian :

1. Merumuskan hipotesis
2. Menentukan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau 5%.
3. Menentukan tingkat keberhasilan sebesar 95%.

4. Menentukan keputusan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Jika nilai absolut t hitung $>$ t tabel atau nilai probabilitas signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dianggap signifikan, dan variabel X berpengaruh terhadap variabel Y .
 - b. Jika nilai t hitung $<$ t tabel atau nilai probabilitas signifikansi lebih besar dari 0,05 tidak penting, maka variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y .

3.10.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi (R^2) dipergunakan untuk melihat besarnya pengaruh variabel independen (X_1, X_2) terhadap variabel dependen (Y) yang dinyatakan dalam persentase. Menurut Ghozali (2013) koefisien determinasi (R^2) yaitu alat untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan perubahan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada diantara nol atau satu. R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perubahan variabel dependen sangat terbatas. Begitu pula sebaliknya, jika nilainya mendekati 1, artinya variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.