

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini adalah pendekatan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016) metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian *explanatory* yang mana tujuannya adalah menelaah antar variabel yang menjelaskan suatu fenomena tertentu. Dengan menggunakan skala pengukuran Likert, metode pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, kuesioner serta dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan metode regresi linier berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan bantuan program SPSS.

Skala pengukuran menggunakan skala likert, metode pengumpulan data dengan cara angket, dokumentasi, serta studi kepustakaan. Metode analisis yang di gunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda dan data diolah dengan menggunakan SPSS 20. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang yang menggunakan aplikasi Shopee yang berjumlah 100 responden.

3.2 Subjek dan Objek Penelitian

Dalam penelitian ini subjek yang dipilih adalah mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang. Objek penelitian ini adalah *trust* dan *perceived ease of use* terhadap minat beli ulang menggunakan *e-commerce* pada Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang pengguna aplikasi Shopee.

3.3 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel

3.3.1 Definisi Operasional

A. Variabel Independen

Variabel Independen dalam penelitian ini adalah :

1. *Trust* (X1)

Mengacu pada konsep Norhermaya & Soesanto (2016) *Trust* (kepercayaan) sebagai kesediaan atau kemauan konsumen untuk mempercayai atau mengandalkan Shopee dalam situasi segala resikonya karena ada harapan bahwa Shopee akan memberikan hasil positif bagi konsumen yang didukung dengan indikator dari (Mayer et al., 2011) yaitu :

- a. Kemampuan (*Ability*), mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjual di shopee dalam mempengaruhi wilayah di Shopee. Dalam hal ini, bagaimana penjual di Shopee mampu menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain. Artinya bahwa konsumen Shopee memperoleh jaminan kepuasan dan keamanan dari penjual dalam melakukan transaksi.
- b. Integritas (*Integrity*), berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual di Shopee dalam menjalankan bisnisnya. Informasi

yang diberikan kepada konsumen Shopee sudah benar sesuai dengan fakta atau tidak. Kualitas produk yang dijual apakah dapat dipertanggung jawabkan atau tidak.

- c. Kesungguhan atau Ketulusan (*Benevolence*), merupakan kemauan penjual di Shopee dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen. Profit yang diperoleh penjual dapat dimaksimumkan, tetapi kepuasan konsumen Shopee juga tinggi. Penjual di Shopee bukan semata-mata mengejar profit maksimum semata, melainkan juga memiliki perhatian besar dalam mewujudkan kepuasan konsumen Shopee.

2. *Perceived Ease Of Use (X2)*

Mengacu pada konsep dari Davis (2015) persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) merupakan suatu tingkat atau keadaan di mana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*). Jika seseorang beranggapan bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang beranggapan bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.

Yang diukur menggunakan indikator yaitu :

a. *Easy to learn*

Aplikasi Shopee mudah untuk dipelajari sehingga pengguna mampu dengan mudah beradaptasi.

b. *Controllable*

Aplikasi Shopee mudah dikendalikan atau dikontrol.

c. *Clear and Understandable*

Aplikasi Shopee jelas dan dapat dipahami, baik dari segi konten maupun istilah yang digunakan.

d. *Flexible*

Aplikasi Shopee adalah aplikasi yang fleksibel. Artinya aplikasi Shopee dapat disesuaikan dan digunakan kapanpun sesuai keinginan pengguna.

e. *Easy to become Skillful*

Aplikasi Shopee mudah dimengerti, sehingga pengguna mudah untuk menguasai penggunaan aplikasi tersebut.

f. *Easy to use*

Aplikasi Shopee mudah untuk digunakan, sehingga pengguna tidak merasa kesulitan dalam pengoperasiannya.

B. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah :

Mengacu pada konsep dari Kotler & Keller (2012) dan Ferdinand (2018)

Minat beli ulang merupakan perilaku seseorang yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk

melakukan pembelian ulang yang diukur menggunakan indikator dari

Ferdinand (2018) yaitu :

a. Minat Transaksional

Kecenderungan pembeli di Shopee untuk selalu membeli ulang produk atau jasa yang telah dibeli.

b. Minat Referensial

Kecenderungan pembeli di Shopee untuk mereferensikan produk yang sudah dibelinya, agar dibeli oleh orang lain dengan referensi pengalaman konsumsinya, dan merekomendasikan produk atau jasa yang telah dikonsumsinya kepada orang lain.

c. Minat Preferensial

Minat yang punya gambaran perilaku pembeli di Shopee yang selalu mempunyai referensi utama pada produk yang telah dikonsumsi.

d. Minat Eksploratif

Minat ini menggambarkan perilaku pembeli di Shopee yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi tentang produk untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Tabel 3.1

Intrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Sumber
<i>Trust</i> (X1)	<i>Ability</i> (Kemampuan)	1. Saya merasa aman berbelanja melalui aplikasi Shopee	(Mayer et al., 2011)
	<i>Integrity</i> (Integritas)	2. Produk yang di tawarkan sesuai dengan ekspektasi atau yang diharapkan	
	<i>Benevolence</i> (Kebaikan Hati)	3. Saya merasa Shopee memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan	
<i>Perceived Ease Of Use</i> (X2)	<i>Easy to learn</i>	4. Saya merasa aplikasi Shopee mudah dipelajari	(Davis, 2015)
	<i>Controllable</i>	5. Saya merasa aplikasi Shopee mudah dioperasikan	
	<i>Clear and Understandable</i>	6. Saya memahami aplikasi Shopee dengan jelas	
	<i>Flexible</i>	7. Belanja di Shopee tidak memerlukan tenaga	
	<i>Easy to become Skillful</i>	8. Saya merasa mudah menggunakan aplikasi Shopee	
	<i>Easy to use</i>	9. Saya merasakan kemudahan berbelanja dengan aplikasi Shopee	
Minat Beli	Minat Transaksional	10. Saya selalu membeli ulang produk	(Ferdinand, 2018)

Ulang (Y)		di Shopee	
	Minat Referensial	11. Saya tidak keberatan memberikan ulasan di kolom komentar barang yang saya beli	
	Minat Preferensial	12. Saya selalu memilih produk dari Shopee sebagai pilihan utama	
	Minat Eksploratif	13. Saya selalu mencari produk yang saya inginkan di Shopee	

Sumber : Diolah Oleh Peneliti

3.3.2 Skala Pengukuran Variabel

Pengisian angket dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenal sosial Sugiyono (2018). Untuk jawaban pada penelitian ini diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan tidak mendukung pernyataan. Skor atas pilihan jawaban untuk angket yang diajukan untuk pernyataan sebagai berikut :

- a. Skor 5, dengan kategori Sangat Setuju (SS)
- b. Skor 4, dengan kategori Setuju (S)
- c. Skor 3, dengan kategori Netral (N)
- d. Skor 2, dengan kategori Tidak Setuju (TS)
- e. Skor 1, dengan kategori Sangat Tidak Setuju (STS)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas, subyek/objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2016).

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang pengguna aplikasi Shopee yang jumlahnya tidak diketahui.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang pengguna aplikasi Shopee. Pengambilan responden dilakukan dengan teknik *sampling insidental*, dimana populasi dipenelitian ini tidak diketahui jumlahnya.

Menurut Sugiyono (2016), untuk menentukan jumlah sampel dari populasi yang tidak diketahui dapat menggunakan rumus *Cochran* sebagai berikut:

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

Keterangan :

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 yaitu:

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

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

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

$$n = 96,04$$

Jadi berdasarkan rumus diatas, besarnya nilai sampel sebesar 96,04 orang.

Untuk memudahkan perhitungan maka besarnya pengambilan sampel menjadi 100 responden.

3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *sampling insidental*. *Sampling insidental* merupakan 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 (Sugiyono, 2016).

3.5 Jenis, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

3.5.1 Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber datanya yang diamati dan dicatat untuk pertama kalinya (Sugiyono, 2016).

Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari hasil penyebaran angket kepada mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang pengguna aplikasi Shopee.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang di peroleh secara tidak langsung. Berupa pengumpulan data yang didapat dari penelitian terdahulu, referensi dan studi kepustakaan, adapun data pendukung adalah dokumentasi dari obyek penelitian yaitu data penjualan, sejarah perusahaan.

3.5.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

1. Kuesioner

Kuesioner (angket) merupakan metode, dimana pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pernyataan atau pertanyaan kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2016). Kuesioner dalam penelitian ini terdiri dari pernyataan atau pertanyaan yang bersumber dari indikator variabel.

2. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi digunakan agar hasil penelitian dari kuesioner yang diberikan kepada responden lebih kredibel karena didukung oleh dokumen atau *literature* yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

3.6 Uji Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu data. Pengukuran uji validitas menggunakan analisis faktor yang dilakukan dengan cara mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi setiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat (Sugiyono, 2016).

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	r hitung	r kritis	Sig	Keterangan
	<i>Trust</i>	0,762	0,3	0,000	Valid
		0,807	0,3	0,000	Valid
		0,742	0,3	0,000	Valid
	<i>Perceived Ease Of Use</i>	0,826	0,3	0,000	Valid
		0,732	0,3	0,000	Valid
		0,817	0,3	0,000	Valid
		0,760	0,3	0,000	Valid
		0,789	0,3	0,000	Valid
		0,806	0,3	0,000	Valid
	Minat Beli Ulang	0,739	0,3	0,000	Valid
		0,848	0,3	0,000	Valid
		0,807	0,3	0,000	Valid
		0,839	0,3	0,000	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Tabel 3.2 menunjukkan bahwa terlihat korelasi antara masing-masing indikator terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan dan menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari 0,3 sehingga dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dinyatakan valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Bukti kuesioner dikatakan reliabel jika *cronbach's alpha* > 0,6 dan dikatakan tidak reliabel jika *cronbach's alpha* < 0,6 (Ghozali, 2016).

Tabel 3.3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Trust</i>	0,649	Reliabel
<i>Perceived Ease Of Use</i>	0,874	Reliabel
Minat Beli Ulang	0,820	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Tabel 3.3 Menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai di atas 0,6 sehingga dinyatakan semua variabel adalah reliabel, dan selanjutnya semua item dalam setiap variabel layak untuk dijadikan sebagai alat ukur.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Teknik Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2016). Analisis deskriptif dipergunakan untuk mengetahui frekuensi dan variasi jawaban terhadap item atau butir pernyataan dalam angket, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Rentan Skor} &= \frac{\text{nilai skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{Jumlah Kategori}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut :

1. 1,0 – 1,8 = Sangat Rendah
2. 1,9 – 2,6 = Rendah
3. 2,7 – 3,4 = Cukup
4. 3,5 – 4,2 = Tinggi
5. 4,3 – 5,0 = Sangat Tinggi

3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai fakto dimanipulasi (Ghozali, 2016).

Berikut ini persamaan regresi lineire berganda :

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

Keterangan :

Y = Minat Beli Ulang

a = Konstanta

X₁ = *Trust*

X₂ = *Perceived Ease of Use*

b₁ = Koefisien variabel *Trust*

b₂ = Koefisien variabel *Perceived Ease of Use*

e = Standar Error

3.8 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan tahapan awal yang diggunakan sebelum analisis linier berganda (Ghozali, 2016). Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang di gunakan adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel independen dan variabel dependen keduanya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas dilakukan terhadap data penelitian dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov

untuk mengetahui signifikansi data terdistribusi normal jika nilai lebih dari 0,05 (Ghozali, 2016).

Untuk menguji apakah data yang di kumpulkan berdistribusi normal atau tidak bisa dilakukan dengan metode sebagai berikut :

- a. 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.
- b. 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

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas (independent). Apabila terjadi korelasi, maka dinamakan problem multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Ghozali, 2013).

Uji multikolonieritas pada penelitian ini menggunakan matriks korelasi. Pengujian ada tidaknya gejala multikolonieritas dilakukan dengan memperhatikan nilai matriks korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta nilai VIF (*variance inflation factor*) serta toleransinya. Apabila nilai VIF tidak lebih dari 10 dan nilai toleran tidak kurang 0,1 maka model dapat dikatakan bebas dari multikolonieritas, kemudian apabila VIF berskala dibawah 10 dan nilai toleran mendekati 1, maka dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi tersebut terdapat problem multikolonieritas (Ghozali, 2013). Apabila didalam model regresi tidak ditemukan asumsi deteksi seperti diatas, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari multikolonieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2013). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (dependent) dengan residualnya. Adapun dasar sebagai analisisnya adalah sebagai berikut :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas.

- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Istilah Uji Autokorelasi ini bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Dalam mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin – Watson (DW test). Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi dapat dilihat pada tabel berikut (Ghozali, 2016):

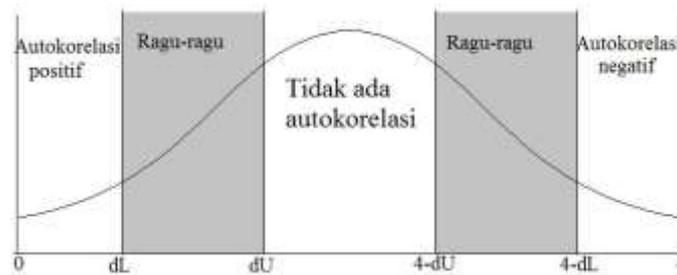
Tabel 3.4

Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak terdapat autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak terdapat autokorelasi positif	No decision	$dl \leq d \leq du$
Tidak terdapat korelasi negatif	Tolak	$4-dl < d < 4$
Tidak terdapat korelasi negatif	No decision	$4-du \leq d \leq 4-dl$
Tidak terdapat autokorelasi positif atau negatif	Tidak ditolak	$du < d < 4-du$

Sumber : (Ghozali, 2018)

Dari data di atas dapat di simpulkan, bila nilai D-W berada diantara du dan $4-du$ maka tidak ada autokorelasi positif atau negatif.



Sumber : (Ghozali, 2018)

Gambar 3.1 Kurva Durbin-Watson

3.9 Uji Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan variabel Y secara parsial atau dapat dikatakan uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi-variasi dependen jika nilai t lebih besar dari 0,05 maka tidak ada pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen (tidak signifikan) sedangkan jika nilai t lebih kecil dari 0,05 maka terdapat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen (signifikan) (Ghozali, 2013).

3.10 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2013).