# BAB III

# METODE PENELITIAN

## A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

### 1. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, peneliti akan fokus untuk mencari tahu pengaruh variabel kepercayaan, risiko, dan juga kualitas informasi dalam kaitannya dengan proses pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan dalam belanja online, lebih spesifiknya oleh pengguna aplikasi jual-beli online Tokopedia di kawasan kabupaten Kediri.

### 2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, jika dilihat berdasarkan tingkat kealamiahannya yaitu jenis penelitian survei. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode survei dalam melakukan penelitian yaitu dengan menyebarkan kuesioner secara online melalui penyebaran link google form melelui media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat kabupaten Kediri seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp

## B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

### 1. Populasi Penelitian

Populasi dari penelitian ini yaitu pengguna aplikasi Tokopedia di daerah Kabupaten Kediri yang beragama Islam. Akan tetapi karena luasnya

daerah Kabupaten Kediri, yang mana jumlah penduduknya mencapai 1.662.508 jiwa maka peneliti tidak akan meneliti semua masayarakatnya, mengingat adanya keterbatasan waktu, tenaga dan dana yang dimiliki oleh peneliti. Selain itu, jumlah dari masyarakat Kabupaten Kediri yang menggunakan aplikasi Tokopedia tidak diketahui secara pasti, sehingga jumlah populasi dalam penelitian ini tidak terhingga atau tidak dapat ditentukan secara pasti. Maka dari itu, peneliti akan mengambil sampel dengan jumlah tertentu dari daerah tersebut yang dianggap mampu mewakili keseluruhan populasi dalam area penelitian.

**2. Sampling dan Sampel Penelitian**

Sedangkan teknik atau cara yang dipakai untuk mengambil sampel disebut sampling. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Accidental Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel secara tidak disengaja. Dalam hal ini, peneliti memilih responden yang kebetulan ditemuinya. Teknik ini dipilih karena beberapa alas an. Alasan pertama yaitu, responden yang beragama Islam dan menggunakan Tokopedia jumlahnya tidak diketahui secara pasti, lalu setelah bertemu dengan calon responden yang sesuai kriteria belum tentu orang tersebut bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini, karena populasi dalam penelitian ini memiliki jumlah yang tak terhingga atau tidak dapat ditentukan jumlahnya secara tepat, maka pengambilan sampel dilakukan berdasarkan saran dari Roscoe yang dikutip oleh Sugiyono, tentang ukuran sampel untuk penelitian. Di

mana menurut Roscoe, ukuran sampel yang layak dalam sebuah penelitian berkisar antara 30 sampai 500.[56] Dengan demikian sampel yang ambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

## C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukurannya

### 1. Sumber Data

Dalam penelitian ini, sumber datanya yaitu masyarakat kabupaten Kediri yang menjadi responden atau yang merespon kuesioner yang disebarkan oleh peneliti. Sedangkan jenis data yang digunakan yaitu jenis data primer, atau data yang diperoleh secara langsung dari responden dengan cara penyebaran kuesioner. Adapun data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini hanya berupa pendukung seperti teori, data kependudukan dari BPS, serta data hasil survei yang telah dipublikasikan mengenai situs *e-commerce* dengan pengunjung terbanyak.

### 2. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan ada dua macam, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen, yang mana dalam penelitian ini digunakan 3 variabel independen, yaitu: kepercayaan, risiko, dan kualitas informasi. Sedangkan variabel dependen atau variabel yang terpengaruh, yang mana dalam penelitian ini variabel dependennya yaitu keputusan pembelian.

---

[56] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta: 2017), hal. 90-91

### 3. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini, variabel dependen yang digunakan yaitu keputusan pembelian yang merupakan salah satu bentuk sikap seseorang. Skala sikap yang dapat digunakan dalam penelitian kuantitatif ada lima macam, yaitu: skala likert, skala guttman, skala rating, dan semantic diferensial.[57]

Dari kelima macam skala pengukuran tersebut, yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, serta persepsi seseorang mengenai suatu fenomena tertentu, yang mana dalam suatu penelitian disebut variabel penelitian. Jawaban dari responden akan diberikan skor atau nilai tertentu dengan acuan sebagai berikut.

Tabel 3.1 Teknik Pemberian Skor pada Angket

| No. | Respon | Keterangan | Skor |
|---|---|---|---|
| 1. | SS | Sangat setuju/selalu | 5 |
| 2. | S | Setuju/sering | 4 |
| 3. | N | Netral/ragu-ragu/kadang | 3 |
| 4. | TS | Tidak setuju/hamper/tidak pernah | 2 |
| 5. | STS | Sangat tidak setuju/tidak pernah | 1 |

Sumber: data diolah

## D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

### 1. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menyebarkan angket atau kuesioner atau dengan memberikan

[57] *Ibid.*, hal.93

pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh responden. Akan tetapi karena adanya pandemi *Covid-19*, kondisi yang ada saat ini tidak memungkinkan untuk dilakukannya penyebaran angket, maka penyebaran kuesioner dilakukan secara online dalam bentuk google form di mana link nya disebarkan melalui platform media sosial yang umum digunakan oleh masyarakat Kediri.

**2. Instrumen Penelitian**

Dalam penelitian ini, instrumen penelitiannya berupa kisi-kisi kuesioner, sesuai dengan teknik pengumpulan data yang telah disebutkan sebelumnya. Berikut kisi-kisi kuesioner dalam penelitian ini.

Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

| No. | Variabel | Indikator | Pertanyaan | No. Item |
|---|---|---|---|---|
| 1. | Kepercayaan ($X_1$) (Mayer, 1995) | Kemampuan | Pihak Tokopedia menjamin keamanan bertransaksi di dalam aplikasi. | 1 |
| | | | Pihak Tokopedia melayani setiap konsumennya dengan baik | 2 |
| | | Kebaikan hati | Pihak Tokopedia merespon setiap pertanyaan dari konsumen dengan ramah. | 3 |
| | | | Pihak Tokopedia merespon setiap pertanyaan dari konsumen dengan sabar. | 4 |
| | | Integritas | Pihak Tokopedia berintegritas tinggi dalam melayani konsumen. | 5 |
| 2. | Risiko ($X_2$) (Forsythe, 2006) | Performa Produk | Jumlah produk yang dikirim sesuai dengan pesanan konsumen | 6 |
| | | | Kualitas produk yang dikirim sesuai dengan pesanan konsumen | 7 |
| | | Keuangan | Proses pembayaran di Tokopedia mudah. | 8 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | Pengembalian uang jika transaksi gagal memiliki prosedur yang jelas | 9 |
| | | Waktu atau kenyamanan | Pengiriman barang dari Tokopedia tepat waktu. | 10 |
| | | | Terdapat opsi pengiriman kilat dalam Tokopedia | 11 |
| 3. | Kualitas Informasi ($X_3$) (Aimsyah, 2003) | Ketelitian | Informasi yang tersedia di dalam aplikasi Tokopedia sesuai dengan kenyataan. | 12 |
| | | | Informasi yang tersedia di dalam aplikasi Tokopedia memiliki keakuratan tinggi. | 13 |
| | | Ketepatan waktu | Penjual di Tokopedia menjawab pertanyaan dari konsumen secara aktif. | 14 |
| | | | Informasi yang ada di dalam Tokopedia sering diupdate | 15 |
| | | Kelengkapan | Informasi yang tersedia di dalam aplikasi Tokopedia sudah lengkap. | 16 |
| | | Keringkasan | Informasi yang tersedia di dalam aplikasi Tokopedia tidak bertele-tele. | 17 |
| | | Kesesuaian | Informasi yang tersedia dalam aplikasi Tokopedia sudah sesuai dengan kebutuhan konsumen | 18 |
| 4. | Keputusan Pembelian (Y) (Kotler dan Amstrong, 2012) | Faktor budaya | Produk yang ditawarkan di Tokopedia sesuai dengan budaya masyarakat Kediri. | 19 |
| | | Faktor sosial | Banyak teman dan keluarga yang memakai Tokopedia untuk berbelanja online. | 20 |
| | | | Teman dan keluarga menyarankan Tokopedia untuk membeli barang secara online. | 21 |
| | | Faktor pribadi | Produk yang tersedia di dalam Tokopedia cocok untuk berbagai jenis kalangan | 22 |
| | | | Produk yang tersedia di dalam Tokopedia cocok untuk berbagai jenis umur | 23 |
| | | Faktor psikologis | Konsumen merasa puas berbelanja di Tokopedia | 24 |
| | | | Konsumen menemukan produk | 25 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | berkualitas tinggi di Tokopedia | |
| | | | Konsumen mendapat pelajaran baru melalui proses belanja di Tokopedia | 26 |
| | | | Konsumen menyukai produk-produk yang ditawarkan di Tokopedia. | 27 |

Sumber: diolah peneliti, 2020

## E. Analisis Data

Setelah proses prengumpulan data selesai dan telah diperoleh data yang diperlukan dalam penelitian, maka selanjutnya dilakukan analisis data. Analisis data merupakan upaya-upaya dan cara yang digunakan peneliti untuk mengolah data yang diperoleh dalam penelitian guna memperoleh jawaban atas rumusan masalah yang telah dibuat sebelumnya. Data dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran angket di wilayah Kabupaten Kediri, sedangkan bentuk dari data tersebut yaitu data numerik atau angka yang didapat dari hasil *scoring* jawaban responden terhadap pertanyaan yang diajukan.

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan dalam menganalisis data yaitu metode kuantitatif asosiatif. Karena menggunakan metode kuantitatif maka akan digunakan juga aplikasi statistik untuk mengolah data, adapun aplikasi statistik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu SPSS 16.0. Proses analisis data memiliki pola yang berbeda-beda tergantung dari jenis data yang dikumpulkan serta jawaban apa yang dicari. Kemudian pola dari analisis data dalam penelitian ini, dapat dijelaskan sebagai berikut.

**1. Uji Validitas**

Uji validitas merupakan proses pengujian yang dilakukan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu instrumen penelitian atau kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut dapat mengungkapkan hal yang akan diukur.[58] Validitas menunjukkan seberapa cermat suatu alat tes dapat melakukan fungsi ukurnya, atau dengan kata lain instrumen yang valid merupakan suatu alat ukur yang dapat mengukur apa yang ingin diukur secara cermat. Kemudian validitas betujuan untuk menguji apakah setiap item atau instrumen benar-benar mampu mengungkapkan faktor yang akan diukur, atau menguji konsistensi internal setiap item instrumen dalam mengukur suatu faktor.[59]

Dari penjelasan tersebut, dapat dikatakan bahwa suatu keusioner valid apabila setiap item kuesioner memiliki keterkaitan yang tinggi sehingga konsisten secara internal. Keterkaitan antar item kuesioner tersebut biasanya dapat dilihat dari korelasi jawaban dari setiap pertanyaan. Adapun metode yang sering digunakan untuk memberikan penilaian terhadap validitas suatu kuesioner yaitu korelasi pearson (*pearson correlation*) atau korelasi produk momen. Nilai korelasi yang diperoleh melalui metode korelasi pearson kemudian dibandingkan dengan tabel nilai korelasi (r) *product moment* untuk mengetahui validitas kuesioner.[60]

---

[58] Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Penerbit Undip, 2005), hal.45

[59] Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT Prestasi Pustakaraya, 2009), hal.96

[60] *Ibid*., hal.95

Menurut Juliandi, berikut langkah-langkah pengujian validitas. Pertama, mengkorelasikan skor-skor nomor angket dengan skor total seluruh item. Kedua, jika nilai korelasi r yang diperoleh positif, kemungkinan butir tersebut valid, tetapi perlu dilihat signifikansinya. Ketiga, melihat signifikansi dengan cara membandingkan r hitung dengan r tabel, jika r hitung ≥ r tabel, maka butir tersebut signifikan, dengan demikian butir tersebut dinyatakan valid. Lalu butir-butir yang dinyatakan tidak valid setelah diuji validitasnya dibuang dari instrumen angket.[61]

**2. Uji Reliabilitas**

Menurut Azwar (dikutip oleh Sujianto), reliabilitas atau *reliability* artinya adalah keterpercayaan, keterandalan, konsistensi, dan sebagainya. Hasil dari suatu pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali proses pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama memberikan hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur tidak mengalami perubahan. Reliabilitas instrumen diperlukan agar data yang sesuai dengan tujuan penelitian dapat diperoleh. Untuk itu, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* yang diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1.

Selanjutnya Triton menjelaskan bahwa, jika skala tersebut dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan *range* yang sama, maka reliabilitas *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut.

Nilai *alpha cronbach's* 0,00 sampai dengan 0,20, berarti kurang reliabel.

---

[61] Azuar Juliandi, Irfan, dan Saprinal Manurung, *Metodologi Penelitian Binis: Konsep dan Aplikasi*, (Medan: Omsu Press, 2014), hal.77

Nilai *alpha cronbach's* 0,21 sampai dengan 0,40, berarti agak reliabel.

Nilai *alpha cronbach's* 0,41 sampai dengan 0,60, berarti cukup reliabel.

Nilai *alpha cronbach's* 0,61 sampai dengan 0,80, berarti reliabel.

Nilai *alpha cronbach's* 0,81 sampai dengan 1,00, berarti sangat reliabel.[62]

**3. Uji Asumsi Klasik**

a. Uji Normalitas Residual

Dalam penelitian ini, uji normalitas residual menggunakan pendekatan Kolmogorov-Smirnov, di mana jika nilai signifikansi < 0,05 maka distribusi residual tidak berdistribusi normal, dan jika nilai signifikansi ≥ 0,05 maka distribusi residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas terjadi sebagai akibat adanya hubungan kausal antara dua atau lebih variabel-variabel independen, atau dengan kata lain adanya kenyataan bahwa dua atau lebih variabel penjelas bersama-sama dipengaruhi oleh variabel ketiga yang berada di luar model. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, menurut Nugroho dapat dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*), jika tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari Multikolinearitas. VIF itu sendiri merupakan perhitungan mengenai seberapa besar multikolinearitas meningkatkan varian pada suatu koefisien estimasi. Jika ditemukan multikolinearitas, dapat dilakukan beberapa alternatif perbaikan seperti yang dikemukakan oleh Sarwoko, yaitu: (1) membiarkan saja, (2) menghapus variabel yang

[62] Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*…, hal.97

berlebihan, (3) transformasi variabel multikolinearitas dan (4) menambah ukuran sampel.[63]

c. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas, biasanya terjadi pada model-model yang menggunakan data *cross section* daripada *time series*. Kemudian untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* model tersebut. Menurut Sujianto, tidak terdapat heterokedastisitas pada pola gambar *Scatterplot* tersebut jika: (1) penyebaran titik-titik data tidak memiliki pola tertentu, (2) titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka nol, dan (3) titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.[64] Akan tetapi, jika uji heterokedastisitas hanya dilakukan dengan *scatterplot*, ada kemungkinan hasil bersifat subjektif karena setiap orang bisa saja menerjemahkan gambar *scatterplot* secara berbeda-beda. Oleh sebab itu, uji heterokedastisitas perlu diperkuat menggukan uji glejser.

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi, menurut Sujianto, adalah korelasi yang terjadi di antara anggota observasi yang terletak berderetan.[65] Kemudian untuk melihat ada atau tidaknya autokorelasi dapat digunakan uji Durbin Watson. Untuk mengambil keputusan dalam uji Durbin Watson digunakan ketentuan sebagai berikut.

---

[63] *Ibid.*, hal.79
[64] *Ibid.*, hal.79-80
[65] *Ibid.*, hal.80

Jika dU < DW < 4 – dU maka tidak terjadi autokorelasi. Lalu jika DW < dL atau DW > 4 – dL maka terjadi autokorelasi, dan jika dL < DW < dU atau 4 – dU < DW < 4 – dL maka kesimpulannya tidak pasti. Kemudian untuk menentukan dL dan dU dapat dilihat dalam tabel Durbin Watson pada bagian (k;N) di mana k merupakan jumlah variabel independen dan N merupakan jumlah sampel.

**4. Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi, menurut Sujianto, adalah teknik statistika yang berguna untuk memeriksa dan juga memodelkan hubungan antar variabel-variabel penelitian.[66] Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel independen, dan satu variabel dependen, maka analisis regresi yang digunakan yaitu analisis regresi berganda. Regresi berganda bertujuan untuk mempelajari hubungan antara dua atau lebih variabel bebas. Adapun model dari regresi linier berganda yang digunakan dapat dilihat sebagai berikut.

$$\mathbf{Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e}$$

Keterangan dari model tersebut yaitu: (1) Y merupakan variabel dependen, yang mana dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian konsumen, (2) $X_1$ merupakan variabel independen pertama, dalam penelitian ini yaitu Kepercayaan, (3) $X_2$ merupakan variabel independen kedua, dalam penelitian ini yaitu risiko, (4) $X_3$ merupakan variabel independen ketiga, dalam penelitian ini yaitu kualitas informasi, (5) a, $b_1$, $b_2$, dan $b_3$ yaitu konstanta, dan (6) e merupakan variabel pengganggu yang bersifat random.

[66] *Ibid.*, hal. 55

**5. Uji Hipotesis**

Uji hipotesis merupakan proses pengujian kebenaran dari hipotesis yang telah diajukan sebelumnya. Untuk menguji suatu hipotesis dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu: melalui uji t dan uji F. Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau satu-per-satu. Kemudian uji F digunakan untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Dengan kata lain, untuk mendapatkan jawaban dari rumusan masalah poin pertama hingga ketiga akan dilakukan uji t, lalu untuk menguji rumusan masalah keempat akan digunakan uji F.

Uji t dalam penelitian ini akan menguji pengaruh dari tiga variabel independen terhadap variabel dependen, sebagai berikut: (1) pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian, (2) pengaruh risiko terhadap keputusan pembelian, dan (3) pengaruh kualitas informasi terhadap keputusan pembelian. Kemudian untuk melakukan pengujian tersebut akan diajukan dua hipotesis sebagai berikut: (1) $H_0$ berbunyi "tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen" dan (2) $H_1$ berbunyi "ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen".

Kemudian dilakukan perhitungan untuk mencari nilai signifikansi nilai t. Berdasarkan tingkat α yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu 5%, hasil perhitungan signifikansi nilai t lalu dibandingkan. Jika signifikansi

nilai t ≤ 0.05 maka artinya tolak $H_0$ dan terima $H_1$. Begitu pula sebaliknya, jika signifikansi nilai t > 0,05, maka artinya terima $H_0$ dan tolak $H_1$.

Sedangkan untuk uji F, dalam penelitian ini akan menguji pengaruh ketiga variabel independen (kepercayaan, risiko dan kualitas informasi) terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Untuk melakukan pengujian tersebut, diajukan dua hipotesis sebagai berikut: (1) $H_0$ berbunyi "tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari ketiga variabel independen terhadap variabel dependen" dan (2) $H_1$ berbunyi "ada pengaruh yang signifikan dari ketiga variabel independen terhadap variabel dependen".

Setelah itu dilakukan perhitungan nilai signifikansi nilai F-hitung. Dengan tingkat α yang sama seperti sebelumnya, yaitu 5%, kemudian nilai F-hitung dibandingkan. Jika nilai signifikansi ≤ 0,05 maka artinya tolak $H_0$ dan terima $H_1$. Begitupula sebaliknya, jika nilai signifikansi > 0,05 maka artinya terima $H_0$ dan tolak $H_1$.

**6. Uji Koefisien Determinasi ($R^2$)**

Nilai koefisien determinasi, menurut Sugiarto, merupakan suatu ukuran yang menunjukkan seberapa besarnya sumbangan yang diberikan variabel penjelas atau variabel independen terhadap variabel respon atau variabel dependen. Lebih lanjut, sugiarto menjelaskan bahwa terdapat dua kegunaan koefisien determinasi yaitu: (1) sebagai ukuran kecocokan garis regresi yang dibentuk dari hasil pendugaan terhadap suatu kelompok data hasil penelitian, di mana semakin besar nilai $R^2$ semakin baik pula garis regresi yang terbentuk, sebaliknya, semakin kecil nilai $R^2$ semakin buruk

pula garis regresi yang terbentuk dalam mewakili data hasil penelitian, dan (2) mengukur besar persentase dari sumbangan variabel independen terhadap variabel dependen.[67]

Kemudian nilai dari $R^2$ selalu positif, sebab nilai tersebut merupakan rasio dari jumlah kuadrat yang selalu bernilai positif juga. Nilai $R^2$ berkisar antara 0 sampai 1, dengan penjelasan sebagai berikut. Jika $R^2 = 0$, maka tidak ada hubungan sama-sekali antara variabel independen dan variabel dependen, atau dapat dikatakan pula bahwa model regresi tersebut tidak tepat untuk menguji variabel dependen. Kemudian jika $R^2 = 1$, maka artinya garis regresi yang terbentuk dapat menguji variabel dependen secara sempurna.[68]

[67] Dergibson Siagian dan Sugiarto, *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: PT Gramedia Purtaka Utama, 2006), hal. 259.

[68] *Ibid.*, hal.259-260