

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada *Online Shop* Grosir Asemka pada platform *Marketplace* Shopee.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan proses *survey* pengambilan data. Metode penelitian ini didasarkan pada filsafat positivisme, dimana ilmu ini berpandangan bahwa suatu fenomena itu dapat diklasifikasikan, dapat diukur dan cenderung dapat diamati dan diukur (Sugiyono, 2019). Jika ditinjau dari tingkat penjabarannya penelitian ini tergolong penelitian deskriptif. Metode penelitian kuantitatif dipilih karena pada penelitian ini peneliti berusaha mengukur beberapa item variabel untuk menemukan suatu penyebab sebuah masalah yang sedang terjadi atau yang telah terjadi walaupun peneliti tidak memiliki kuasa atas variabel tersebut (Kothari, 2004).

C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017). Penjelasan lebih lanjut mengenai populasi oleh Sekaran & Bougie (2017) bahwa populasi merupakan sekelompok orang, kejadian, atau berbagai hal yang menarik untuk diteliti oleh peneliti. Dari kedua pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa

populasi adalah obyek maupun subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah-masalah penelitian. Pada penelitian ini peneliti menetapkan populasi yang digunakan adalah konsumen *online shop* Grosir Asemka melalui platform *marketplace* Shopee.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Peneliti harus mengambil sampel yang benar-benar representatif.

Dalam menentukan jumlah sampel yang representatif adalah tergantung pada jumlah indikator dapat dikali 5 sampai 10 (Ferdinand, 2006). Berdasarkan uraian diatas, peneliti menetapkan sebesar 125 untuk dijadikan besaran sampel, hasil tersebut diperoleh dari perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Sampel Minimum} = \text{Jumlah Indikator Penelitian} \times 6$$

$$\text{Sampel Minimum} = 25 \times 5$$

$$\text{Sampel Minimum} = 125$$

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Menurut Creswell (2014) *purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih partisipan penelitian yang memiliki karakteristik tertentu atau kualitas tertentu. Dalam penelitian ini ada beberapa kriteria yang telah ditetapkan oleh

peneliti dalam pengambilan sampel dan akan digunakan dalam penelitian ini, berikut penjabarannya:

Dari beberapa penjelasan diatas, peneliti juga memberikan batasan pada proses pengambilan sampel untuk penelitian, meliputi:

1. Individu yang telah memiliki anak pada rentang usia 3-10 tahun.
2. Individu yang aktif menggunakan aplikasi Shopee.
3. Individu yang perdana melakukan pembelian pada Toko Grosir Asemka melalui aplikasi Shopee.

D. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan suatu rancangan alat ukur yang digunakan untuk menjabarkan setiap variabel penelitian ke dalam konsep dimensi dan indikator. Disamping itu, tujuannya adalah untuk memudahkan peneliti dalam menjabarkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian ini. Penelitian ini terdiri dari tiga pokok variabel yang akan diteliti yaitu, *E-Service Quality* (X) Keputusan Pembelian (Y), dan Kepercayaan Konsumen (Z). Berikut ini operasional variabelnya:

Tabel 3.1: Definisi Operasional Variabel

NO	DEFINISI KONSEP	DEFINISI OPERASIONAL	DIMENSI	INDIKATOR
1	Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa	Keputusan pembelian adalah tindakan konsumen Grosir Asemka untuk memutuskan membeli atau tidak membeli sebuah produk mainan anak.		<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan pada produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 4. Kecepatan pembelian <p>(Kotler, 2018)</p>

NO	DEFINISI KONSEP	DEFINISI OPERASIONAL	DIMENSI	INDIKATOR
	yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya (Asauri, 2004).			
2	<i>E-service quality</i> didefinisikan sebagai layanan yang disediakan melalui jaringan elektronik termasuk dengan menyediakan produk (Chang <i>et al.</i> , 2012).	<i>E-Service Quality</i> merupakan sebuah tingkatan kesesuaian harapan dengan keadaan aktual konsumen dalam memenuhi kebutuhannya melalui Toko <i>online Grosir Asemka</i> .	<p><i>Information Quality</i> (Chang <i>et al.</i>, 2012)</p> <p><i>Privacy</i> (Chang <i>et al.</i>, 2012)</p> <p><i>Efficiency</i> (Chang <i>et al.</i>, 2012)</p> <p><i>Responsiveness</i> (Chang <i>et al.</i>, 2012)</p>	<p>1. Terbaru (<i>Update</i>) 2. Akurat 3. Kredibilitas sumber 4. Kemudahan Pemahaman Informasi</p> <p>1. Keamanan data 2. Keamanan transaksi 3. Kebijakan privasi 4. Pemberitahuan dan izin</p> <p>1. Kelancaran proses 2. Kemudahan mencari fitur layanan 3. Kecepatan bertransaksi 4. Biaya transaksi</p> <p>1. Kecepatan merespon permintaan 2. Kecepatan merespon keluhan 3. Kesesuaian jam kerja 4. Kualitas tanggapan</p>
3	Kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut dan	Kepercayaan konsumen sebuah sikap konsumen atas apa yang mereka ketahui dan mereka yakini terhadap Grosir Asemka.		<p>1. Kesungguhan 2. Kemampuan 3. Integritas 4. Kepedulian 5. Kredibilitas</p> <p>(Kotler & Keller, 2016)</p>

NO	DEFINISI KONSEP	DEFINISI OPERASIONAL	DIMENSI	INDIKATOR
	manfaatnya. Objek dapat berupa produk, orang, perusahaan dan segala sesuatu dimana seseorang memiliki kepercayaan dan sikap (Mowen dan Minor, 2012).			

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, dimana nantinya jawaban responden akan diberikan pengkodean dalam bentuk angka sehingga dapat dilakukan analisis menggunakan alat statistik. Sedangkan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, data ini didapatkan dari penyebaran kuesioner atau angket kepada sampel yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2019) data primer adalah data yang langsung didapatkan dari responden kepada peneliti. Untuk memperoleh data tersebut, peneliti dapat menggunakan kuisisioner untuk disebarakan kepada responden yang sudah ditentukan (Jonathan, 2006).

F. Teknik Pengumpulan Data

Data adalah unit informasi yang direkam media yang dapat dibedakan dengan data lain, dapat dianalisis dan relevan dengan program tertentu (Tanzeh, 2011). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan menyebarkan instrumen penelitian berupa kuesioner kepada responden. Kuesioner adalah teknik

pengumpulan data dengan memberikan responden sebuah pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh responden (Sugiyono, 2017).

Cara yang digunakan dalam pembagian kuesioner nantinya dengan membagikan tautan *form* pertanyaan yang berisi instrumen penelitian kepada responden. Penyebaran kuesioner akan dilakukan dalam dua tahap. Dimana tahap kedua berguna sebagai langkah cadangan apabila dalam proses penyebaran kuesioner ditahap pertama belum mencapai angka responden yang telah ditentukan.

G. Teknik Pengukuran Variabel

Pada penelitian ini peneliti memilih untuk menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala dengan memanfaatkan pendekatan analisis item, di mana item tertentu dievaluasi atas dasar seberapa baik membedakan antara orang-orang yang skor total tinggi dan mereka yang skornya rendah (Kothari, 2004). Menurut Sugiyono (2017) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial.

Setiap pertanyaan ataupun pernyataan yang diukur dengan skala likert memiliki lima tingkatan preferensi jawaban (Sugiyono, 2015). Dimana masing masing jawaban memiliki skor atau bobot yang telah ditentukan, seperti rincian pada tabel berikut:

Tabel 3.2: Skala Likert

No	Pilihan Jawaban Responden	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

Sumber: Sugiyono (2015)

H. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah sejauh mana perbedaan yang ditemukan dengan alat ukur mencerminkan perbedaan yang sebenarnya di antara mereka sedang diuji (Kothari, 2004). Valid atau tidaknya sebuah instrumen penelitian dapat dilihat dengan membandingkan indeks korelasi *product moment pearson* dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Apabila hasil uji menunjukkan nilai *corrected item* atau *rhitung* lebih dari sama dengan *rtabel* ($r_{hitung} > r_{tabel}$) maka instrumen dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah kemampuan alat ukur untuk tetap konsisten meskipun ada perubahan waktu (Salim, 2012). Secara implisit, reliabilitas mengandung objektivitas karena hasil pengukuran tidak terpengaruh oleh siapa pengukurnya (Sanusi, 2014). Sebuah instrumen penelitian dikatakan reliabel ketika memiliki nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$.

I. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah menggunakan model regresi, variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2016). Pengujian ini menggunakan program SPSS 25 for Windows. Untuk menguji variabel berdistribusi normal atau tidak dapat menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov dengan memperhatikan hasil nilai signifikansi (Monte Carlo Sig.) pada proses pengujian. Variabel berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($sig > 0,05$).

2. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2016). Uji ini dapat dengan melihat hasil dari nilai Tolerance dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Apabila nilai *Tolerance* > 0,1 dan nilai VIF kurang dari sama dengan 10 ($VIF < 10$) maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas.

J. Teknik Analisis Data

1. Analisis Rentang Skala

Rentang skala digunakan untuk mengolah data mentah berupa angka yang kemudian diartikan dalam pengertian kualitatif (Sugiyono, 2017). Rentang skala ini digunakan untuk mengukur dan menilai bagaimana *e-service quality*, kepercayaan, serta keputusan pembelian konsumen pada *online shop* Grosir Asemka dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rentang Skala} = \frac{n(m-1)}{m}$$

Berdasarkan rumus tersebut maka dapat diperoleh rentang skala pada penelitian ini sebagai berikut:

$$\text{Rentang Skala} = \frac{125(5-1)}{5}$$

$$\text{Rentang Skala} = 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh nilai dari rentang skala sebesar 100, dengan demikian skala dalam penelitian *e-service quality* terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 3.3: Rentang Skala Penelitian

Rentang Skala	<i>E-Service Quality</i>	Kepercayaan Konsumen	Keputusan Pembelian
125 – 225	Tidak Baik	Sangat Rendah	Sangat Rendah
226 – 326	Kurang Baik	Rendah	Rendah
327 – 427	Cukup Baik	Cukup Tinggi	Cukup Tinggi
428 – 528	Baik	Tinggi	Tinggi
529 - 629	Sangat Baik	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi

2. Analisis Jalur

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis jalur. Path analysis digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen) (Riduwan & Engkos, 2017). Analisis jalur bisa dikatakan sebagai pengembangan dari konsep korelasi dan regresi, dimana korelasi dan regresi tidak mempermasalahkan mengapa hubungan antar variabel terjadi serta apakah hubungan antar variabel tersebut disebabkan oleh variabel itu sendiri (Setyaningsih, 2020).

Analisis ini menggunakan software SPSS 25 for Windows dengan ketentuan uji t taraf signifikansi $\text{Alpha} = 0,05$ atau $p \leq 0,05$, yang dimunculkan kode (Sig. t) dimana hal tersebut digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat (Maharani, 2013). Menurut Chin (1998) nilai R-Square dikategorikan kuat jika lebih dari 0,67, moderat jika lebih dari 0,32 tetapi lebih rendah dari 0,67, dan lemah jika lebih dari 0,19 tetapi lebih rendah dari 0,33. Terdapat beberapa langkah-langkah dalam menganalisis data menggunakan path analysis dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Pengaruh langsung

- a) Pengaruh *e-service quality* (X) terhadap kepercayaan konsumen (Z)

Didapatkan persamaan sebagai berikut:

$$Z = \alpha + (\beta_1 \times X) + e$$

- b) Pengaruh *e-service quality* (X) dan kepercayaan konsumen (Z) terhadap keputusan pembelian (Y)

Didapatkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + (\beta_2 \times X) + (\beta_3 \times Z) + e$$

Keterangan:

- a : Konstanta
 β : Koefisien regresi
 X : Variabel E-Service Quality
 Z : Variabel Kepercayaan Konsumen
 Y : Variabel Keputusan Pembelian
 e : Standard error

K. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengambil sebuah keputusan atau kesimpulan yang didasarkan dengan data yang telah dilakukan langkah analisis. Uji ini dapat dilakukan pada jenis penelitian terkontrol maupun yang tidak terkontrol (observasi).

1. Uji Parsial (Uji t)

Dijelaskan oleh Kuncoro, (2013) uji statistik parsial atau uji t ini dapat melihat seberapa jauh pengaruh variabel secara individu terhadap variabel terikat. Uji ini menggunakan SPSS 25 for Windows dan digunakan untuk menguji hipotesis dengan didasarkan nilai *sig.* sebagai berikut:

- a. Jika nilai $\text{Sig.} \geq 0,05$ maka variabel independen tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

- b. Jika nilai Sig. < 0,05 maka variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

2. Uji Mediasi (Uji Sobel)

Dalam penelitiannya Ghozali, (2013) berpendapat, untuk menguji variabel mediasi menggunakan uji sobel yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel mediasi sebagai pengaruh tidak langsung secara parsial variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Pada pengujian ini dilakukan dengan cara menguji kekuatan tidak langsung variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) melalui variabel mediasi (Z). Uji sobel dilakukan dengan tingkat signifikan variabel mediasi (Z) dengan menghitung standar error Sab. Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$S_{ab} = \sqrt{b^2 s_a^2 + a^2 s_b^2 + s_a^2 s_b^2}$$

Keterangan:

- a : Jalur variable bebas (X) dengan variable mediasi (Z)
- b : Jalur variable mediasi (Z) dengan variable terikat (Y)
- S_a : Standard error koefisien a
- S_b : Standard error koefisien b

Tahapan selanjutnya adalah menguji signifikan pengaruh tidak langsung diperlukan menghitung nilai t dari koefisien ab. Rumus yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

$$Z = \frac{ab}{S_{ab}}$$

Nantinya akan didapatkan kesimpulan dengan melihat kriteria jika nilai Z > 1,96 (nilai Z mutlak), maka variabel (Z) secara signifikan memediasi pengaruh variabel (X) terhadap variabel (Y). Jika pengaruh X terhadap Y signifikan dan menurun menjadi nol dengan memasukkan variabel Z, maka terjadi mediasi sempurna. Namun, jika pengaruh X terhadap Y signifikan dan menurun tidak sama dengan nol dengan memasukkan variabel Z, maka terjadi mediasi parsial