

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Sugiyono (2020) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu. Biasanya teknik pengambilan sampel dilakukan secara acak atau acak. Instrumen penelitian digunakan untuk mengumpulkan data, dan analisis data dilakukan secara kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian yang menggunakan pendekatan *explanatory research*. Teknik penelitian *explanatory research* digunakan untuk mengklarifikasi hubungan antara variabel yang sedang diteliti serta dampak yang mungkin terjadi antara satu variabel dengan variabel lainnya, Sugiyono (2020).

Populasi , Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2020) populasi adalah sekelompok subjek yang mempunyai ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk menghasilkan kesimpulan. Populasi dapat diartikan sebagai representasi yang mencakup objek atau subjek yang mempunyai sifat dan karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk tujuan penelitian. Dalam konteks ini

populasi yang akan menjadi objek penelitian adalah konsumen Shopee di Tulungagung.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2020) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Sampling bertujuan untuk mengamati sebagian dari populasi guna memperoleh informasi mengenai objek penelitian. Teknik ini digunakan untuk memudahkan dalam menentukan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian. Salah satu metode untuk menentukan ukuran sampel yang representatif adalah dengan mengalikan jumlah indikator dengan faktor antara 5 dan 10, (Ferdinand, 2014). Berdasarkan penjelasan maka ditetapkan jumlah sampel sebesar 100 responden yang diperoleh dari perhitungan berikut ini :

$$\text{Sampel minimum} = \text{Jumlah Indikator Penelitian} \times 10$$

$$\text{Sampel minimum} = 12 \times 10$$

$$\text{Sampel minimum} = 120$$

3. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini mengambil sampel dari populasi dengan fokus pada pengguna Shopee di Tulungagung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability* sampling dengan teknik *purposive sampling*. Artinya sampel diambil berdasarkan kriteria tertentu, yaitu:

- 1) Konsumen Shopee di Tulungagung yang pernah berbelanja di Shopee
- 2) Berusia minimal 20 tahun

Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2020) pengertian operasional variabel mengacu pada atribut, individu, atau objek tertentu yang mempunyai variasi yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dipilih berdasarkan landasan teori yaitu terdiri dari variabel terikat, variabel bebas dan variabel intervening. Variabel keputusan pembelian (Y) dipandang sebagai variabel dependen, variabel persepsi risiko (X) sebagai variabel independen, sedangkan variabel minat beli (Z) dianggap sebagai variabel intervening atau mediasi.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Persepsi Risiko (X)	Persepsi risiko merupakan pemahaman terhadap ancaman dan akibat yang tidak diinginkan ketika berbelanja <i>online</i> di Shopee	a) risiko finansial b) risiko produk c) risiko pengiriman d) risiko keamanan informasi Kotler & Keller (2016) serta Masoud (2013)
Keputusan pembelian (Y)	Pengambilan sikap terhadap seleksi atas pilihan alternatif yang ada melalui platform Shopee	a) Kemantapan b) Kebutuhan c) Kecepatan d) Direkomendasikan Kotler & Keller (2016)
Minat Beli (Z)	Minat beli merupakan kecenderungan atau keinginan konsumen untuk membeli prodi menggunakan platform Shopee	a) Minat eksploratif b) Minat Referensial c) Minat Preferensial d) Minat Transaksional (Ferdinand, 2014)

Data dan Sumber Data

Data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari sumber pertama, dengan menggunakan sumber atau individu yang menjadi subjek penelitian sebagai alat pengumpulan data. Sumber data primer diperoleh melalui partisipasi responden atau pengisian kuesioner oleh konsumen Shopee yang berdomisili di Tulungagung.

Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain dan tersedia dalam berbagai sumber seperti laporan, dokumen, buku, jurnal, artikel, atau data statistik yang sudah dipublikasikan. Data sekunder ini berfungsi sebagai pelengkap bagi data primer yang diperoleh langsung dari responden.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui kuesioner. Menurut Sugiyono (2020) kuesioner adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner akan diberikan kepada konsumen Shopee di Tulungagung yang memenuhi kriteria, dengan tujuan memperoleh data atau tanggapan terkait persepsi risiko, keputusan pembelian dan minat beli. Data yang diperoleh dari kuesioner ini selanjutnya akan diolah menjadi hasil penelitian.

Teknik Penskalaan Data

Menurut Sugiyono (2020) skala Likert merupakan alat yang digunakan untuk mengukur sikap, keyakinan dan persepsi individu atau kelompok

terhadap fenomena tertentu. Jawaban responden diberikan dalam bentuk pilihan 5 (lima) alternatif jawaban yang disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 3. 2 Skala Likert

Pernyataan	Penilaian
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono, (2020)

Pada tabel diatas dijelaskan bahwa responden akan diberikan lima pilihan jawaban, pada pilihan terdiri dari sangat setuju (SS) dengan nilai 5, setuju (S) dengan nilai 4, netral (N) dengan nilai 3, tidak setuju (TS) dengan nilai 2, sangat tidak setuju (STS) dengan nilai 1.

Analisis Data

Analisis data merupakan proses yang dilakukan setelah mengumpulkan data dari seluruh responden atau sumber data. Kegiatan tersebut meliputi pengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, penyajian data setiap variabel yang diteliti, serta melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2020)

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah rentang skala dan analisis jalur (*path analysis*) . Analisis jalur (*path analysis*) berfungsi untuk menguji apakah konstruk jalur dapat dibuktikan secara empiris. Selanjutnya dilakukan analisis untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung. Hal ini memungkinkan untuk mengetahui apakah variabel terikat akhir dipengaruhi secara langsung atau melalui variabel *intervening*.

Teknik analisis data menggunakan *Partial Least Squares (PLS)*, dilakukan untuk menguji hipotesis yang melibatkan hubungan kompleks antar variabel, dengan mempertimbangkan ukuran sampel data yang tidak terlalu besar. Prosedur analisis dalam penelitian ini dilakukan sebagai berikut:

1. Analisis Rentang Skala

Rentang skala adalah alat yang digunakan untuk mengukur dan memilih variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini akan digunakan skala analisis untuk menggambarkan pengaruh persepsi risiko, keputusan pembelian dan minat beli. Setiap variabel telah disesuaikan dengan sistem skor 1-5. Untuk memastikan nilai dari yang terendah hingga tertinggi jika sampel yang digunakan sebanyak 120 responden, maka bisa dihitung. Penentuan rentang skala dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

- a. Skor terendah = bobot terendah x total sampel = 1 x 120 = 120
- b. Skor tertinggi = bobot tertinggi x total sampel = 5 x 120 = 600

Rentang skala dapat diukur dengan menggunakan rumus dibawah ini :

$$Rs = \frac{n(m - 1)}{m}$$

Keterangan :

Rs = *Rating scale*

n = Jumlah sampel

m = Jumlah alternatif jawaban tiap item

Berdasarkan rumus di atas maka diperoleh perhitungan rentang skala sebagai berikut:

$$Rs = \frac{n(m - 1)}{m}$$

$$Rs = \frac{120 (5 - 1)}{5}$$

$$Rs = \frac{120 (4)}{5}$$

$$Rs = \frac{480}{5}$$

$$Rs = 96$$

Berdasarkan perhitungan skala diperoleh hasil sebesar 96. Hasil pengukuran rentang skala tersebut mengenai persepsi risiko, Keputusan pembelian, dan minat sebagai berikut :

Tabel 3. 3 Rentang Skala

Rentang skala	Persepsi Risiko	Keputusan Pembelian	Minat Beli
120 – 215	Sangat tidak berisiko	Sangat tidak mantap	Sangat tidak berminat
216 – 311	Tidak berisiko	Tidak mantap	Tidak berminat
312 – 407	Cukup berisiko	Cukup mantap	Cukup berminat
408 – 503	Berisiko	Mantap	Berminat
504 – 600	Sangat berisiko	Sangat mantap	Sangat berminat

Sumber ; Data diolah, 2024

2. *Partial Least Squares* (PLS)

Alat analisis menggunakan *software* SmartPLS , pendekatan *Partial Least Squares* (PLS) dipilih sebagai alat analisis karena tidak bergantung pada banyak asumsi. Selain itu, PLS dapat digunakan jika ukuran sampel tidak terlalu besar dan data tidak harus berdistribusi normal multivariat. PLS memungkinkan penggunaan indikator dengan skala kategorikal,

interval ordinal dan rasio dalam model yang sama, (Ghozali & Latan, 2015) . Dalam penelitian ini digunakan PLS dengan dua tahapan proses yang dilakukan yaitu:

1. Tahap pertama adalah penerapan model pengukuran, yang mencakup evaluasi validitas konstruk dan reliabilitas setiap indikator secara terpisah.

- a. *Outer Model*

Uji outer model bertujuan untuk menyampaikan validitas konstruk dan reliabilitas setiap indikator. Dalam penelitian ini digunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data, oleh karena itu SmartPLS digunakan untuk menilai tingkat validitas dan reliabilitas kuesioner.

- 1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menilai keabsahan data yang dikumpulkan melalui kuesioner. Ghozali & Latan (2015) menjelaskan bahwa suatu kuesioner dikatakan valid apabila pernyataan-pernyataan yang terkandung di dalamnya mampu mengungkapkan informasi yang diinginkan. Uji validitas dilakukan dengan mengukur korelasi bivariat antara masing-masing indikator skor dengan total skor variabel. Proses pengujian validitas diterapkan pada setiap item pernyataan pada setiap variabel. Terdapat dua tahapan dalam uji outer

model yang meliputi validitas konvergen dan validitas diskriminan (Ghozali & Latan (2015).

a) *Convergent Validity*

Pada model pengukuran reflektif, kita mengukur seberapa besar korelasi antara konstruk dengan variabel laten dengan melihat nilai *standardized loading factor*. *Standardized Loading Factor* ini mencerminkan tingkat korelasi antara setiap item pengukuran (indikator) dengan konstraknya. Tingkat reflektif dikatakan tinggi apabila korelasinya sama dengan atau lebih dari 0,7 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun nilai loading factor antara 0,5 dan 0,6 dianggap cukup untuk penelitian pendahuluan Ghozali & Latan (2015)

b) *Discriminant Validity*

Tujuan tahap ini adalah membandingkan hubungan antara indikator dengan variabel laten serta dengan variabel laten lainnya sehingga mencegah duplikasi pengukuran. Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) digunakan untuk menunjukkan validitas. AVE merupakan persentase rata-rata nilai varians yang diekstraksi antar item pernyataan atau indikator suatu variabel yang merupakan rangkuman dari indikator-indikator yang konvergen. Apabila nilai AVE setiap item menunjukkan $\geq 0,5$, maka item tersebut

memenuhi kriteria yang diinginkan (Ghozali & Latan, 2015).

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menyelaraskan konsistensi alat ukur, yang menentukan apakah alat ukur tersebut dapat dipercaya dan konsisten ketika dilakukan pengukuran berulang kali. Suatu kuesioner dianggap dapat diandalkan jika jawaban atas pertanyaannya tetap konsisten atau stabil sepanjang waktu.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah uji *Cronbach Alpha* atau koefisien alpha. Menurut Ghozali & Latan (2015) menjelaskan bahwa ada dua cara untuk mengukur reliabilitas, yaitu menggunakan *composite reliability* dan *cronbach alpha*. Uji reliabilitas dianggap baik jika memiliki nilai minimal 0,7 atau lebih tinggi. Dalam penelitian ini, digunakan uji *Cronbach's alpha* atau koefisien alpha, di mana skor *composite reliability* antara 0,6 dan 0,7 dianggap memiliki reliabilitas yang tinggi, sedangkan prediksi nilai *Cronbach's alpha* lebih dari 0,7.

2. Tahap *Structural Model*, yaitu meliputi penentuan apakah korelasi antar konstruk yang diukur, dengan menggunakan uji T dari PLS itu sendiri, mempunyai pengaruh terhadap variabel lain :

- a. *Inner Model* atau Model Struktural

Model batin yang sering disebut model struktural menjelaskan hubungan sebab akibat antar variabel laten dengan menggunakan konsep dasar dari teori yang relevan. Parameter uji *T-statistik* digunakan untuk mengungkap adanya hubungan sebab akibat melalui proses *bootstrapping*.

1) *R Square* (R^2)

Model struktural *R-Square* menggambarkan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara keseluruhan. Kualitas model penelitian tercermin dari nilai R^2 , dimana semakin tinggi nilai R^2 maka kualitas model akan semakin baik. Sebaliknya jika skor R^2 semakin rendah maka menunjukkan bahwa model penelitian tersebut berkualitas rendah. (Ghozali & Latan, 2015).

Adapun Kriteria penilaian nilai R^2 adalah sebagai berikut:

- Jika $R^2 = 0,75$ maka model dianggap substansial (kuat).
- Jika $R^2 = 0,50$ maka model tergolong sedang (sedang).
- Jika $R^2 = 0,25$ maka model dianggap lemah (buruk),
(Ghozali & Latan, 2015).

2) *Goodness Of Fit* (GoF)

Pengujian Goodness of Fit dilakukan melalui pengujian *predictive relevance* (*Q Square*) untuk mengungkap tingkat signifikansi observasi yang dihasilkan model dan parameter,

serta memberikan wawasan mengenai proses penilaian *good fit*. Standar evaluasi GoF adalah 0,10 untuk GoF *small*, 0,25 untuk GoF *medium*, dan 0,36 untuk GoF *large* (Ghozali & Latan (2015)). Perhitungan GoF menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Q\ Square = \{1(1- R_1^2) \times (1-R_2^2)\}$$

Dimana :

$R_1^2 = R\ Square\ Z$ (Minat Beli)

$R_2^2 = R\ Square\ Y$ (Keputusan Pembelian)

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah suatu metode pengambilan keputusan berdasarkan analisis data, termasuk uji coba terkontrol dan observasi tidak terkontrol. Menurut Sugiyono (2020)), hipotesis adalah pernyataan tentang kondisi suatu populasi yang akan diuji kebenarannya dengan menggunakan informasi yang diperoleh dari sampel penelitian. Tujuan pengujian hipotesis adalah untuk mengetahui pengaruh variabel sebab akibat terhadap variabel pengaruh dilihat dari nilai koefisien jalurnya.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan *Path Analysis* dengan menggunakan software *SmartPLS 4.0*. Metode ini menggunakan metode *bootstrapping*, dimana pengujian hipotesis dengan analisis jalur dilakukan dengan memeriksa nilai *original sample* (O) untuk mengetahui arah hubungan antar variabel, dan nilai *T-Statistic* untuk mengetahui derajat signifikansi hubungan. antar variabel. Suatu hubungan dikatakan positif apabila nilai

signifikansinya diatas 1,96 dengan tingkat signifikansi 5%. Jika nilai P (*P Value*) kurang dari 0,05 dan nilai *T-Statistic* lebih besar dari 1,96, maka hipotesis alternatif (*Ha*) dapat diterima. Sebaliknya jika nilai P lebih besar atau sama dengan 0,05 dan nilai *T-Statistic* kurang dari 1,96 maka hipotesis (*Ho*) ditolak.

Uji Mediasi

Uji mediasi dalam analisis menggunakan *Partial Least Square* (PLS) mengikuti prosedur yang dikembangkan oleh Ghozali (2016) dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Tahap Pertama , menguji pengaruh langsung variabel persepsi risiko (X) terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Syaratnya koefisien regresi variabel persepsi risiko (X) harus menunjukkan signifikansi dengan nilai t-statistik $> 1,96$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel persepsi risiko (X) dengan variabel keputusan pembelian (Y).
- b. Tahap Kedua, menguji pengaruh variabel persepsi risiko (X) terhadap variabel minat beli (Z). Syaratnya koefisien regresi variabel persepsi risiko (X) harus menunjukkan signifikansi dengan nilai t-statistik $> 1,96$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel persepsi risiko (X) dengan variabel minat beli (Z).
- c. Tahap Ketiga, menguji pengaruh variabel persepsi risiko (X) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) dengan mempertimbangkan pengaruh variabel minat beli (Z).

Jika koefisien regresi variabel persepsi risiko (X) pada model ketiga menjadi tidak signifikan dengan nilai t-statistik $< 1,96$, dan koefisien regresi variabel minat beli (Z) pada model ketiga menjadi signifikan dengan nilai t-statistik $> 1,96$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel minat beli (Z) memediasi pengaruh variabel persepsi risiko (X) terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Artinya pengaruh variabel persepsi risiko (X) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) tidak lagi bersifat langsung, melainkan melalui variabel minat beli (Z).

