

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian survei, dimana catatan dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Penelitian survei menggunakan sampel populasi sebagai pengumpulan *record* utama, dan terbatas pada survei yang sebagai populasi mewakili keseluruhan penelitian. Populasi yang dilakukan pada penelitian kali ini adalah konsumen wanita maupun pria yang pernah membeli dan mengakses di aplikasi Tokopedia. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel ini dengan cara *Simple Random Sampling* atau teknik yang semua elemen dalam populasi tersebut dapat di pertimbangkan, dari setiap elemen memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sebagai objek.

3.2 Populasi dan Penentuan Teknik Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang khususnya mahasiswa FEB dari semua jurusan. Dalam menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu dengan menggunakan cara teknik *Simple Random Sampling*. Teknik pengambilan sampel acak sederhana (*Simple Random Sampling*) yang dapat mempertimbangkan semua elemen dalam populasi, dan setiap elemen memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai objek.

Kriteria untuk menentukan sampel dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang khususnya mahasiswa FEB dari semua jurusan.
2. Mahasiswa yang pernah melakukan pembelian *online shop* di Tokopedia.
3. Mahasiswa yang memiliki aplikasi Tokopedia.

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

2.4.4 Definisi Operasional

Variabel penelitian ini merupakan suatu atribut atau sifat atau penilaian dari seseorang, obyek dari kegiatan yang mempunyai variasi berbeda-beda yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk bisa dipelajari dan dapat ditarik kesimpulannya. Terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel bebas atau *Independent Variable* dan variabel terikat atau *Dependent Variable*.

a. Variabel Bebas / *Independent Variable* (X)

Variabel bebas merupakan variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel terikat dan mempunyai hubungan yang positif maupun negatif bagi variabel terikat. Variasi dalam variabel terikat merupakan hasil dari variabel bebas (Mudrajad, 2003).

Terdapat empat variabel bebas dalam penelitian ini, yaitu :

1) Literasi Keuangan (X1)

Literasi keuangan tidak hanya merupakan fungsi dari pendapatan, rendahnya pendapatan juga dapat terjadi jika terjadi kesalahan dalam pengelolaan keuangan (Hidajat, 2016).

Pengetahuan keuangan yang baik memungkinkan individu untuk memilih aset, mengelola keuangannya dengan baik, dan merencanakan masa depan. Ada 3 indikator untuk menilai kapasitas keuangan, yaitu :

- a) Pengetahuan keuangan pribadi (X1.1)
- b) Tabungan dan pinjaman (X1.2)
- c) Asuransi dan investasi (X1.3)

2) Keamanan (X2)

Persepsi *privacy* adalah suatu kemungkinan bahwa penjual online mengumpulkan dan menggunakannya data tentang individu secara tidak tepat (Fatikasari, 2018). Persepsi *Privacy* dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 3 indikator, yaitu :

- a) kerahasiaan data pribadi (X2.1)
- b) Metode pembayaran yang aman (X2.2)
- c) Syarat dan ketentuan mudah dipahami (X2.3). Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert.

3) Kepercayaan (X3)

Kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya (Mariyanti, 2017).

Kepercayaan adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari orang lain.

Indikator yang termasuk kepercayaan adalah :

- a) Citra Penjual (X3.1)
- b) Mampu memberikan pelayanan yang terbaik (X3.2)
- c) Keyakinan terhadap penjual (X3.3)

4) Kualitas Informasi (X4)

Kualitas Informasi menurut merupakan informasi yang disajikan pada *online shop* sebaiknya mencakup informasi berkaitan dengan produk dan jasa yang ada pada *online shop* (Gunawan & Ayuningtiyas, 2018).

Informasi tersebut sebaiknya berguna dan relevan dalam memprediksi kualitas dan kegunaan produk atau jasa. Indikator yang termasuk kualitas informasi ada 3, yaitu :

- a) Informasi harus jelas dan akurat (X4.1)
- b) Relevan (X4.2)
- c) Ketepatan waktu sebagai alat ukur (X4.3)

b. Variabel Terikat / Dependent Variable (Y)

1) Minat Pembelian (Y1)

Penelitian oleh Kotler, et al. (2014) definisi minat pembelian yaitu minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. Terdapat 4 indikator yang mempengaruhi minat pembelian yaitu :

- a) Faktor Kualitas, merupakan atribut yang bisa dipertimbangkan dari segala manfaatnya (Y1.1)
- b) Faktor Brand atau Merk, merupakan atribut yang dapat memberikan manfaat nonmaterial, yaitu kepuasan emosional (Y1.2)
- c) Faktor Kemasan, atribut produk berupa pembungkus daripada produk utamanya (Y1.3)
- d) Faktor Harga, ini merupakan salah satu faktor penunjang utama bagi konsumen untuk memilih suatu barang (Y1.4).

Variabel	Indikator	Nama Peneliti
Literasi Keuangan (X1)	Pengetahuan keuangan pribadi	Silalahi, (2020)
	Tabungan dan pinjaman	
	Asuransi dan investasi	
Keamanan (X2)	Kerahasiaan Data Pribadi	Roche et al, (2013)
	Metode Pembayaran yang Aman	
	Syarat dan Ketentuan Mudah Dipahami	
Kepercayaan (X3)	Citra Penjual	Riquelme dan Roman, (2014)
	Keyakinan terhadap pelayanan online	
	Mampu memberikan kepuasan yang terbaik pada pembeli	
Kualitas Informasi (X4)	Informasi harus jelas dan akurat	Roche et al, (2013)
	Relevan	
	Ketepatan waktu	
Minat Beli (Y1)	Faktor Kualitas	Kotler dan Keller, (2009)
	Faktor brand atau merek	
	Faktor Kemasan	
	Faktor Harga	

3.3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini termasuk jenis data merupakan primer. Data primer merupakan data yang langsung memberikan informasi langsung pada pengumpulan datanya. Data primer ini dalam penelitiannya, yaitu dari hasil kuesioner mahasiswa/i di Universitas Muhammadiyah Malang.

3.3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menyebar kuesioner. Kuesioner merupakan salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2011). Metode pengumpulan data ini melalui kuesioner dianggap mempunyai keunggulan dalam mengumpulkan data. Hal tersebut karena kuesioner mampu menghasilkan data primer langsung dari subjek penelitian.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan kuesioner *online*. Untuk mengukur pandangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang terhadap analisis perilaku konsumen dalam berbelanja *online*, peneliti menggunakan *skala likert*. Menurut Sugiyono, (2011) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Urutan skala likert terdiri dari STS (Sangat tidak setuju), TS (Tidak setuju), KS (Kurang setuju), S (Setuju), SS (Sangat setuju).

3.3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan cara teknik kuesioner. Teknik kuesioner merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara membagikan daftar pertanyaan kepada setiap responden. Mengumpulkan data dengan cara menyebarkan kuesioner menggunakan aplikasi *Google Form* dari (*online*) yang berisi tentang pertanyaan literasi keuangan, keamanan, kepercayaan, dan kualitas

informasi terhadap minat pembelian produk di Tokopedia, menggunakan cara ini agar bisa mendapatkan informasi yang dibutuhkan serta mendukung penelitian ini.

3.3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Alat *Partial Least Square* (PLS). PLS merupakan model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan berdasarkan *Variance* atau *Component based structural equation modeling*. Penelitian ini memiliki model yang kompleks serta jumlah sampel yang terbatas, sehingga dalam analisis data menggunakan software *SmartPLS*.

SmartPLS menggunakan metode *bootstrapping* atau pengandaan secara acak. Oleh karenanya, asumsi normalitas tidak akan menjadi masalah. Selain itu, dengan dilakukannya *bootstrapping* maka *SmartPLS* tidak mensyaratkan jumlah minimum sampel, sehingga dapat diterapkan untuk penelitian dengan jumlah kecil. Analisis PLS terdiri dari dua sub model yaitu model pengukuran atau *outer model* dan model *struktural* atau *inner model* (Steel, 2009).

1. Model pengukuran atau *Outer Model*

Outer model menunjukkan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. Evaluasi model pengukuran melalui analisis faktor konfirmatori adalah dengan menggunakan MTMM (*Multi Trait Multi Method*) dengan menguji *Validity*

convergent dan *discriminant*. Sedangkan uji *Reliabilitas* dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*.

a. Uji Validitas

Pengukuran terdiri atas validitas konvergen dan validitas diskriminan. Validitas konvergen ditentukan menggunakan parameter *loading factor* dan nilai AVE (*Average Variance Extracted*). Pengukuran dapat dikategorikan memiliki validitas konvergen apabila nilai *loading factor* $> 0,7$ dan nilai AVE $> 0,5$. Validitas diskriminan ditentukan dengan melihat *cross loading* dari setiap variabel dan dikategorikan memiliki validitas diskriminan apabila nilai *cross loading* mencapai $0,7$ *Convergent Validity* (Danuarta & Darma, 2019).

Convergent Validity merupakan korelasi antara skor indikator dengan skor konstraknya. Model PLS memenuhi *convergent validity* dapat dikatakan valid dan cukup apabila nilai *outer loading factor* $> 0,7$ dan nilai AVE $> 0,5$ (Danuarta & Darma, 2019).

Discriminant validity indikator dapat dilihat pada *cross loading* antara indikator dengan konstraknya. Suatu indikator dapat dikatakan memenuhi validitas diskriminan jika nilai *cross loading* indikator terhadap variabelnya adalah yang terbesar dibandingkan terhadap variabel lainnya (Danuarta & Darma, 2019).

b. Uji Reliabilitas

Pengukuran ini untuk menguji reliabilitas suatu konstruk. Uji *reliability* dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Indikator refleksi dapat dilakukan dengan dua cara yaitu *Cronbach Alpha* dikatakan reliabel atau handal apabila nilai setiap variabel nya $> 0,6$ dan *Composite Reliability* dikatakan valid apabila nilai nya mencapai $> 0,6$. Pada penelitian ini menghasilkan nilai Reliabilitas dengan *Cronbach Alpha* dan *Composite Reliability* diatas 0,6 maka hasil penelitian ini dapat dikatakan reliabel (Danuarta & Darma, 2019).

2. Evaluasi Inner Model atau Structural Model

Pada evaluasi *Inner Model* atau *Structural Model* diukur melalui *R-Square* untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Menurut Steel, (2009) dilakukan dengan menggunakan nilai *R-Square* dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah mempunyai pengaruh substantive.

3. Uji Hipotesis

Uji ini dilakukan untuk melihat signifikansi pengaruh antar variabel dengan melihat nilai koefisien parameter dan nilai signifikansi tabel, yaitu melalui metode bootstrapping. Pengujian ini dengan interpretasi :

- a. Level of significance 0,05
- b. Jika $t\text{-statistic} < t\text{ tabel}$, maka H_0 diterima H_a ditolak
- c. Jika $t\text{-statistic} > t\text{ tabel}$, maka H_0 ditolak H_a diterima



