

BAB III

METODE PENELITIAN

III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

III.1.1. Definisi Operasional

(Noor, 2017 hlm 97) Definisi operasional adalah bagian yang mendefinisikan sebuah konsep/variabel agar dapat diukur, dengan cara melihat pada dimensi (indikator) dari suatu konsep/variabel. Dalam penelitian ini terdapat 1 variabel dependen (terikat) yaitu Keputusan Pembelian dan terdapat 3 variabel indepen yaitu, Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Harga.

III.1.2 Indikator Masing-Masing Variabel

a. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah skor yang diperoleh dari penelitian melalui kuesioner dengan indikator berupa: keputusan terkait jenis produk, keputusan terkait bentuk produk, keputusan terkait merek, keputusan terkait penjual, keputusan terkait waktu pembelian dan keputusan terkait metode pembayaran yang diukur dengan menggunakan skala *likert*.

b. Kepercayaan (X₁)

Kepercayaan dalam penelitian ini adalah skor yang diperoleh dari penelitian melalui kuesioner dengan indikator berupa : integrity dan benevelonce yang diukur dengan menggunakan skala *likert*.

c. Kualitas Layanan (X₂)

Kualitas Layanan dalam penelitian ini adalah skor yang diperoleh dari penelitian melalui kuesioner dengan indikator berupa : Tangibels, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty yang diukur dengan menggunakan skala *likert*.

d. Harga (X₃)

Harga dalam penelitian ini adalah skor yang diperoleh dari penelitian melalui kuesioner dengan indikator berupa : Perbandingan harga dan daya saing harga yang diukur dengan menggunakan skala *likert*.

III.1.3. Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel merupakan pemberian/penggunaan “label” pada data yang dikumpulkannya sehingga mempermudah pemrosesan dan analisis berikut ini adalah variabel-variabel yang diukur dalam penelitian ini :

Tabel 2. Pengukuran Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
Kepercayaan (X1)	-	1. Integrity	Ordinal
	-	2. Benevelonce	Ordinal
Kualitas Layanan (X2)	1. Kinerja	1. Tangibels	Ordinal
	2. Konfirmasi	2. Reliability	Ordinal
	3. Daya Tahan	3. Responsiveness	Ordinal
	-	4. Assurance	Ordinal
	-	5. Emphaty	Ordinal
Harga (X3)	-	1. Perbandingan	Ordinal
	-	2. Daya Saing	Ordinal
Keputusan Pembelian (Y)	-	1. Keputusan Terkait Jenis	Ordinal
	-	2. Keputusan Terkait Bentuk Produk	Ordinal
	-	3. Keputusan Terkait Merek	Ordinal
	-	4. Keputusan Terkait Penjual	Ordinal
	-	5. Keputusan Terkait Waktu Pembelian	Ordinal
	-	6. Keputusan Terkait Metode Pembayaran	Ordinal

III.2. Penentuan Populasi dan Sampel

Sebuah penelitian memerlukan sebuah populasi dan sampel untuk mempersempit kompleksitas dalam sebuah penelitian, untuk menghemat waktu juga biaya, dan juga untuk meminimalisir resiko kesalahan yang akan terjadi nantinya, serta untuk mendapatkan data sesuai dengan karakteristik yang telah ditentukan sesuai dengan populasi juga sampelnya. Berikut ini populasi dan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, ialah:

III.2.1. Populasi

Sugiyono (2016, hlm.80) menjabarkan pengertian dari populasi, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang

mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya sekedar makhluk berakal seperti manusia tetapi juga obyek dan benda-benda alam lainnya dan bukan hanya sekedar jumlah yang tersedia pada obyek/subyek tersebut, melainkan meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek lainnya.

Jadi, Populasi dalam penelitian ini objek populasi yang digunakan adalah mahasiswa UPN Veteran Jakarta yang pernah melakukan pembelian secara online di Lazada.

III.2.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2016, hlm. 82) mendefinisikan bahwa arti dari sampel itu sendiri adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik *sampling* atau teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah secara tak acak (*non probability sampling*) yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, Sugiyono (2016, hlm. 84). Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *purposive sampling* dimana menurut Sugiyono (2016, hlm. 85) yang menyatakan bahwa *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel yang berdasarkan pertimbangan tertentu dimana dalam pengambilan sampelnya untuk tujuan tertentu yang ingin dicapai.

Adapun sampel dalam penelitian ini harus memenuhi beberapa persyaratan, antara lain:

- a. Mahasiswa/i aktif UPN Veteran Jakarta.
- b. Pernah berbelanja online di Lazada.

Penelitian ini diambil berdasarkan “data dari para responden. Data yang didapatkan adalah data dari sampel yang mewakili seluruh populasi. Maka dari itu, sampel yang akan diambil tersebut harus mewakili atau representatif. Ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini berlandaskan pada pendapat dari Roscoe yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang lebih dari

30 (tiga puluh) dan kurang dari 500” (lima ratus) sudah mencukupi bagi sebuah penelitian. Pada penelitian *multivariate* atau variabel yang lebih dari satu, jumlah dari sampel dapat ditentukan sebanyak 25 dikalikan dengan jumlah variabel independent atau yang dalam penelitian ini berjumlah 3 variabel (Ferdinand 2014, hlm.173). Maka, berdasarkan pernyataan tersebut besaran dari jumlah sampel yang akan diambil adalah $25 \times 3 = 75$ responden.

Pernyataan ini didukung oleh teori yang dikemukakan pula oleh Ghozali (2014 hlm 9) yang menyatakan bahwa besar sampel yang layak digunakan dalam penelitian dengan metode *partial least square* (PLS) minimal direkomendasikan berkisar dari 30 sampai 100 kasus.

Pada penelitian ini, maka jumlah sampel yang akan peneliti lakukan dalam pengujian terhadap penelitian yaitu sebesar 75 responden di UPN Veteran Jakarta yang masih aktif.

III.3. Teknik Pengumpulan Data

III.3.1. Jenis Data

Dalam penelitian ini menggunakan jenis data yaitu data kualitatif yang di kuantitatifkan, karena hasil akhir penelitian ini berupa angka. Data kuantitatif adalah data yang didapatkan dari pengukuran yang berbentuk angka atau nomor (Sudaryana 2017, hlm. 46). Data hasil pengukuran dari penelitian ini menggunakan skala *likert*.

III.3.2. Sumber Data

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah berasal dari data primer. Sumber primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono 2016, hlm.137). Dimana dalam penelitian ini sumber data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner yang diberikan secara langsung kepada responden sebanyak 75 responden melalui *google form*. Menurut Sugiyono (2016, hlm. 142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner sangat sesuai dan tepat

untuk digunakan apabila jumlah responden dalam jumlah yang cukup banyak dan wilayah yang tersebar luas.

Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner pertanyaan tertutup, dimana peneliti menyajikan sebuah pertanyaan-pertanyaan kepada responden, dan responden tinggal memilih dan mengisi jawaban yang telah disediakan dalam kuesioner tersebut, sehingga responden tidak dapat memberikan jawaban secara bebas. Menurut Sugiyono (2016, hlm. 143), Pertanyaan tertutup akan membantu responden untuk menjawab dengan cepat, dan juga memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data terhadap seluruh angket yang telah terkumpul.

III.3.3. Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan teknik angket atau kuesioner melalui *google form* dan peneliti juga menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2016, hlm. 93) skala *likert* itu sendiri dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan menggunakan skala *likert* ini maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Lalu indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan maupun pernyataan.

Pada suatu indikator biasanya cukup diwakili dengan satu pertanyaan dan jawaban pada setiap pertanyaannya yang menggunakan skala *likert*. Skala *likert* ini mempunyai tingkatan dari sangat positif hingga sangat negatif, dimana hal tersebut biasanya menggunakan kata-kata berupa sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Tabel 3. Bobot Penilaian Berdasarkan Skala *Likert*

Bobot	Penilaian	Keterangan
1	STS	Sangat Tidak Setuju
2	TS	Tidak Setuju
3	RG	Ragu-ragu
4	S	Setuju
5	SS	Sangat Setuju

Sumber : Sugiyono (2016, hlm. 93)

Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Jumlah Pertanyaan
Kepercayaan (X1)	Integrity	1,2	2
	Benevelonce	3,4	2
Kualitas Layanan (X2)	Tangibels	5,6	2
	Reliability	7,8	2
	Responsiveness	9,10	2
	Assurance	11,12	2
	Emphaty	13,14	2
Harga (X3)	Perbandingan	15,16	2
	Daya Saing	17,18	2
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan Terkait Jenis	19,20	2
	Keputusan Terkait Bentuk Produk	21,22	2
	Keputusan Terkait Merek	23,24	2
	Keputusan Terkait Penjual	25,26	2
	Keputusan Terkait Waktu Pembelian	27,28	2
	Keputusan Terkait Metode Pembayaran	29,30	2
		Total Pertanyaan 30	

Sumber : Data Diolah

III.4. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis

III.4.1. Teknik Analisis Data

III.4.1.1. Analisis Deskriptif

Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisa deskriptif. Dimana menurut Purnomo (2017, hlm. 37) analisis statistik deskriptif adalah statistic yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran deskriptif mengenai responden mengenai variabel- variabel dalam penelitian yang dilakukan. Analisis menggunakan teknik analisis indeks, dimana dengan analisis indeks ini untuk menggambarkan persepsi responden atas item yang diajukan.

Persepsi responden digambarkan dengan teknik skroing menggunakan angka pada tabel dibawah ini:

Tabel 5. Peringkat Jawaban Responden

Skala Likert	Y	X1	X2	X3
1	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju
3	Ragu-Ragu	Ragu-Ragu	Ragu-Ragu	Ragu-Ragu
4	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
5	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju

Sumber : Data Diolah

Dengan ini, perhitungan indeks jawaban responden dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

Keterangan : F1 merupakan frekuensi responden yang menjawab 1

F2 merupakan frekuensi responden yang menjawab 2

F3 merupakan frekuensi responden yang menjawab 3

F4 merupakan frekuensi responden yang menjawab 4

F5 merupakan frekuensi responden yang menjawab 5

Menurut Ferdinan (2014, hlm.231) agar mendapatkan kecenderungan jawaban responden terhadap masing-masing variabel, maka di dasarkan pada nilai skor rata-rata (indeks) yang dikategorikan ke dalam rentang skor berdasarkan perhitungan *three box method*. Untuk mendapatkan rentang interpretasi dilakukan terlebih dahulu perhitungan batas terendah dan batas tertinggi. Setelah itu dilakukan perhitungan perolehan rentang sehingga diperoleh rentang untuk ketegori rendah, sedang dan tinggi. Untuk mengetahui batas nilai indeks, dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Batas Indeks Nilai Terendah} = \frac{\text{Responden} \times \text{Rentang Nilai Terendah}}{\text{Total Rentang Nilai}} = \frac{75 \times 1}{5} = 15$$

$$\text{Batas Indeks Nilai Tertinggi} = \frac{\text{Responden} \times \text{Rentang Nilai Tertinggi}}{\text{Total Rentang Nilai}} = \frac{75 \times 5}{5} = 75$$

Sehingga diperoleh nilai rentangnya yaitu:

$$\text{Nilai Rentang} = \frac{\text{Batas Nilai Indeks Tertinggi} - \text{Batas Nilai Indeks Terendah}}{3} = \frac{75 - 15}{3} = 20$$

Hasil tersebut kemudian diinterpretasikan dengan melihat pada tabel berikut :

Tabel 6. Interpretasi Nilai Presentase Responden

Nilai Indeks	Interpretasi
15.00-35.00	Rendah
35.01-55.00	Sedang
55.01.75.00	Tinggi

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel yang telah dijabarkan diatas, terlihat bahwa jika nilai hasil jawaban responden berkisaran antara 15.00 – 35.00 maka dapat diinterpretasikan adalah rendah, sedangkan jika nilai hasil jawaban responden berkisaran antara 35.01 – 55.01 maka interpretasi nilainya dikategorikan sedang, dan jika nilai hasil jawaban responden berkisaran antara 55.01 – 75.00 maka interpretasi nilainya dikategorikan tinggi.

III.4.1.2. Analisis Inferensial

Analisis inferensial adalah teknik analisis data yang dipergunakan untuk menganalisis data sampel dan hasil yang diperoleh akan digeneralisasikan atau disimpulkan dari asal sampel itu diambil (Sutopo dan Slamet 2017, hlm. 2). Dalam analisis inferensial yang dilakukan dalam penelitian ini, data yang telah diperoleh diolah dengan menggunakan *output Partial Least Square* (PLS). Dimana versi yang dipakai untuk mengolah data yaitu menggunakan *Smart Partial Least Square* (PLS) versi 3.0

.Menurut Wold (1985), *Partial Least Square* (PLS) adalah metode analisa yang cukup *powerfull* karena didasari dengan banyak asumsi, data tidak harus berdistribusi normal *multivariate* (indikator yang diliputi dengan skala kategori, ordinal sampai ratio dapat digunakan ada model yang sama), sampel tidak harus besar tapi sekitar dan dapat juga digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antara variabel laten (tak terukur langsung), (Ghozali 2014, hlm.7).

Dalam *Partial Least Square* (PLS) besar sampelnya berdasarkan pada kekuatan analisis pada model yang memiliki jumlah prediktor terbesar, dimana minimal direkomendasikan untuk besar sampelnya sebesar 30-100 responden. Tujuan dari PLS itu sendiri adalah dapat membantu peneliti untuk mendapatkan nilai variabel yang laten hingga mampu memprediksikan (Ghozali, 2014, hlm. 1). Dimana model tersebut mendefinisikan variabel laten merupakan *linier agregat* dari indikator-indikatornya. *Weight estimate* untuk menciptakan komponen skor variabel laten didapat berdasarkan bagaimana *inner mode* (yang merupakan model struktural yang menghubungkan antar variabel laten) dan *outer model* (yang merupakan model pengukuran yaitu hubungan antara indikator dengan konstruknya) dispesifikasi. Dimana hasilnya itu merupakan *residual variance* dari variabel dependen (keduanya variabel laten dan indikator) diminimumkan.

Noor (2014, hlm. 146) menyatakan bahwa terdapat beberapa langkah dalam menggunakan *software SmartPLS*, antara lain:



Sumber : Noor (2014, hlm.146)

Gambar 6. Langkah – langkah Partial Least Square (PLS)

Berikut penjelasan dari langkah-langkah *Partial Least Square* (PLS) menurut Noor (2014, hlm. 147):

a. Merancang Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model atau struktural

menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada *substansive theory*. Perancangan model struktural hubungan antar variabel laten didasarkan pada rumusan masalah atau hipotesis penelitian.

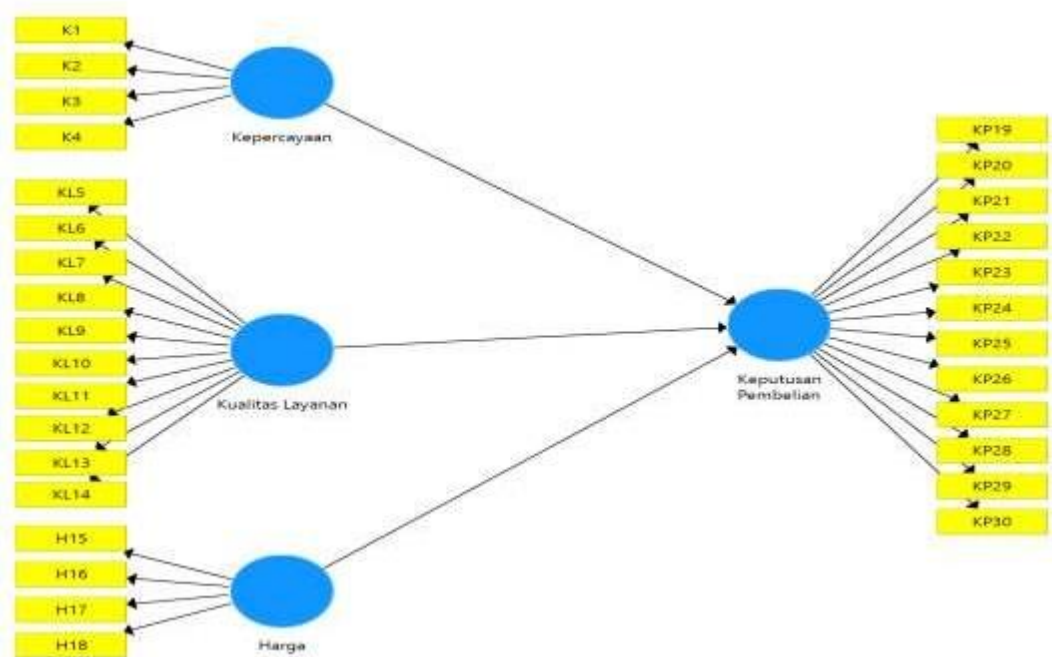
b. Merancang Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model atau model pengukuran mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Perancangan model pengukuran menentukan sifat indikator dari masing-masing variabel laten, apakah refleksif atau formatif berdasarkan definisi operasional variabel. Dasar : teori, penelitian empiris sebelumnya, atau rasional.

c. Mengkonstruksi Diagram Jalur.

Bila langkah satu dan dua telah dilakukan, maka agar hasilnya lebih mudah dipahami, selanjutnya hasil perancangan outer model dan inner model dinyatakan dalam bentuk diagram alur sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Maka berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian berikut adalah diagram jalur PLS dalam penelitian ini :

Gambar 7. Konstruksi Diagram Jalur



d. Konverensi Diagram Jalur Sistem Persamaan

1) Model Persamaan Dasar dari Outer Model

Outer model yaitu spesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikatornya, disebut juga dengan *outer relation* atau *measurement model*, mendefinisikan karakteristik konstruk dengan variabel manifestnya.

2) Model Persamaan Dasar Inner Model

Inner model, yaitu spesifikasi hubungan antar variabel laten (struktural model), disebut juga dengan *inner relation*,

menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan teori substansif penelitian.

e. Estimasi: Koef, Jalur, *Loading* dan *Weight*

Adapun estimasi yang terdiri dari output koefisien jalur masing-masing butir pertanyaan, loading factor masing-masing pertanyaan, dan weight masing-masing butir pertanyaan akan digunakan untuk penentuan validitas dan reliabilitas penelitian.

f. Evaluasi *Goodness of Fit*

Goodness of fit model dapat diukur menggunakan satu variabel laten dependen dengan interpretasi yang sama dengan regresi. Tiga predictive relevance untuk model struktural mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameteranya.

1. *Outer Model Refleksi*, terdiri dari:

- a. *Convergent* dan *discriminant validity* adalah nilai *loading* 0.5 sampai 0.6 dianggap cukup, untuk jumlah indikator dari variabel laten berkisar antara 3 sampai 7. Untuk *discriminant validity* direkomendasikan nilai AVE lebih besar dari 0.50.
- b. *Composite reliability* adalah “nilai batas yang diterima untuk tingkat reliabilitas komposit adalah ≥ 0.7 . Menurut Ghozali (2014 hlm. 65), reabilitas dapat diukur dengan dua kriteria yaitu composite reliability dan cronbach alpha dari blok indikator yang mengukur konstruk. Konstruk dinyatakan reliable jika nilai composite reliability dan cronbach alpha diatas 0.70.

2. *Inner Model Goodness of fit model* diukur menggunakan R2 variabel laten dependen dengan interpretasi yang sama dengan regresi. Q2 *predictive relevance* untuk model

struktural mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya.

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2) \dots (1 - R_p^2)$$

Besaran memiliki nilai dengan rentang >0 dan <2 pada analisis jalur (*path analysis*), dimana :

- a. $R_1^2, R_2^2 \dots R_p^2$ adalah *Rsquare* variabel endogen dalam model.
 - b. Interpretasi Q^2 sama dengan koefisien determinasi total pada analisis jalur (serupa dengan R^2 pada regresi).
3. Pengujian Hipotesis (*Resampling Bootstrapping*)
- Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode *resampling bootstrap*. Statistik uji yang digunakan adalah statistik *t* atau uji *t*. Penerapan *metode resampling*, memungkinkan berlakunya data terdistribusi bebas (*distribution free*) tidak memerlukan sampel yang besar (direkomendasikan sampel minimum 30). Pengujian dilakukan dengan *t-test*, bilamana diperoleh *-value* $\leq 0,05$. Statistik uji atau test dengan *p-value* $\leq 0,05$ (alpha 5%) dikatakan signifikan, bila *Outer model* signifikan maka indikator bersifat valid.

III.4.2 Uji Hipotesis

III.4.2.1 Uji Statistik t

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Uji Statistik *t*. Uji statistik *t* pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh dari satu variabel bebas atau independent secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependennya atau variabel terikatnya (Ghozali 2013, hlm.98). Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (β) sama dengan nol atau :

- a. Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
 $H_0 : \gamma_1 = 0$ artinya variabel bebas (kepercayaan) secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).
 $H_a : \gamma_1 \neq 0$ artinya variabel bebas (kepercayaan) secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).
- b. Kualitas Layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
 $H_0 : \gamma_2 = 0$ artinya variabel bebas (kualitas layanan) secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).
 $H_a : \gamma_2 \neq 0$ artinya variabel bebas (kualitas layanan) berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).
- c. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
 $H_0 : \gamma_3 = 0$ artinya variabel bebas (harga) secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).
 $H_a : \gamma_3 \neq 0$ artinya variabel bebas (harga) secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).

Taraf nyata 5% yang diambil dari error free karena suatu penelitian tidak 100% benar, maka dari itu diambil taraf nyata (α) sebesar 5% dan untuk 95% dinyatakan benar.

Menurut Sarjono & Julianita (2011, hlm.101) menyatakan bahwa dasar pengambilan hipotesis adalah :

Dasar pengambilan keputusan :

- a. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan daripada nilai taraf nyata (α) atau probabilitas $0,05 \leq \text{sig}$, maka H_a diterima (H_0 ditolak) yang berarti signifikan.
- b. Jika nilai probabilitas taraf nyata (α) lebih kecil daripada nilai probabilitas $\text{sig} < 0,05$, maka H_0 diterima (H_a ditolak), artinya tidak signifikan.