

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini saya melakukan penelitian di Kota Samarinda, yang merupakan Ibu Kota Provinsi Kalimantan Timur Kota Samarinda. Merupakan salah satu kota terbesar yang ada di Provinsi Kalimantan Timur yang mana penduduknya berjumlah 827.994 jiwa per tahun 2020.

Di masa sekarang yang erat kaitanya dengan teknologi khususnya di bidang ekonomi seperti jual beli online atau *e-commerce*. Dalam jual beli online atau *e-commerce* seperti tokopedia tentunya sudah tidak asing di telinga masyarakat kota samarinda. Namun yang perlu diperhatikan pada *e-commerce* tokopedia adalah bagaimana seorang pengguna dapat menerima dan memanfaatkan suatu informasi diberikan oleh tokopedia sehingga dapat mempengaruhi suatu niat beli.

B. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terpola dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Menurut (Sugiyono, 2013). metode penelitian kuantitatif bisa diartikan menjadi metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, dipergunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel eksklusif, pengumpulan data memakai instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

C. Populasi dan Teknik Penentuan Sampel

Populasi adalah suatu wilayah umum, yang terdiri dari objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik eksklusif yang akan ditetapkan oleh peneliti buat melakukan penelitian serta menarik konklusi (Sugiyono, 2015). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Tokopedia di Kota Samarinda.

Metode pengambilan sampel yang dipergunakan di penelitian ini ialah *non-probabilty sampling* dimana setiap unsur pada populasi tidak mempunyai peluang yang sama buat dijadikan sampel. Dalam rangka mempermudah pengumpulan data pada penelitian ini, penulis memakai teknik *purposive sampling*, dimana syaratnya adalah konsumen yang sudah pernah menggunakan/membeli di Tokopedia (Sugiyono, 2017). Berdasarkan metode dan teknik pengambilan sampel yang digunakan maka jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 161 responden.

D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Pengertian variabel merupakan atribut, sifat atau nilai seseorang, objek, atau kegiatan yang mempunyai perubahan eksklusif yang dipengaruhi oleh peneliti untuk di teliti dan ditarik kesimpulannya. Pengertian operasional variabel bertujuan untuk menjelaskan pengertian variabel. Penelitian Indikator dari variabel artinya tanda-tanda yang terdapat dalam dunia teori dan praktik.

Dalam mengukur variabel pada penelitian ini, penulis menyampaikan 9 pernyataan yang terkait dengan definisi variabel-variabel yang sudah dijabarkan pada table operasionalisasi variabel. 9 pernyataan tadi lalu diharapkan akan diberi penilaian oleh responden dengan syarat yang sebenar-benarnya. Buat menghindari

nilai netral asal responden, penulis memodifikasi skala sebagai 1-6. Pembagian terstruktur mengenai skala tadi ialah sebagai berikut:

Adapun instrument yang digunakan dalam penelitian ini akan diukur melalui skala likert 1 sampai dengan skala likert 6. Skala likert 1 adalah Sangat Tidak Setuju (STS), 2 adalah Tidak Setuju (TS), 3 adalah Kurang Setuju (KS), 4 adalah agak Setuju (AS), 5 adalah setuju (S), dan skala likert 6 Sangat Setuju (SS).

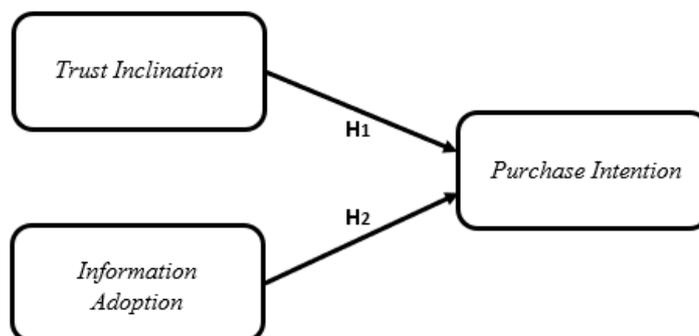
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran

Bobot	Keterangan	
1	Sangat Tidak Setuju	STS
2	Tidak Setuju	TS
3	Kurang Setuju	KS
4	Agak Setuju	AS
5	Setuju	S
6	Sangat Setuju	SS

Sumber: Data skala likert diolah 2022

Variabel-variabel yang sudah dijelaskan sebelumnya sudah didefinisikan secara luas. Kemudian selanjutnya penulis membentuk definisi operasional, bertujuan membantu penulis pada menyiapkan kuesioner untuk memudahkan responden untuk menjawab serta mengisi kuesioner pada rangka mengumpulkan data utama.

Berikut ini merupakan model hipotesis dari penelitian ini:



Gambar 3. 1 Model Penelitian Penulis

Tabel 3. 2 Operasional Variabel

Variabel	Kode	Indikator	Sumber
<i>Trust Inclination</i> (kecenderungan kepercayaan keadaan atau reaksi konsumen dalam bertindak dan mendorong untuk memutuskan suatu yang baru terkait dengan situs belanja)	TI1	Platform belanja Tokopedia dapat diandalkan	(Khwaja et al., 2020)
	TI2	Platform Tokopedia dapat dipercaya	
	TI3	Siapapun yang bertransaksi di Tokopedia tidak akan menghadapi masalah	
<i>Information Adoption</i> (adopsi informasi fase pemerosesan transfer pengetahuan, di mana penerima transfer informasi memproses pengetahuan dan makna).	IA1	Saya mengikuti saran dan komentar positif yang ada di platform Tokopedia	(Khwaja et al., 2020)
	IA2	Saya setuju dengan pendapat yang disarankan mengenai produk yang ada di platform Tokopedia	
<i>Purchase Intention</i> (niat beli seseorang untuk membeli merek tertentu yang telah mereka pilih untuk diri mereka sendiri setelah mengevaluasi)	PI1	Kemungkinan besar saya akan membeli produk di Tokopedia.	(Khwaja et al., 2020)
	PI2	Ketika membutuhkan suatu produk, saya akan membelinya di Tokopedia	
	PI3	Saya pasti akan mencoba yang dijual di Tokopedia	
	PI4	Saya akan merekomendasikan Tokopedia kepada teman-teman saya	

Sumber :diolah peneliti tahun 2022

E. Jenis Sumber Data

Menurut (Umar, 2013) data primer ialah data yang diperoleh berasal dari individu, seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang umumnya dilakukan oleh peneliti. Data primer biasanya dikumpulkan sendiri untuk menjawab pernyataan penelitian tertentu berdasarkan (Sunyoto, 2012). Data yang dipergunakan pada penelitian ini merupakan data primer artinya data yang diperoleh secara langsung berasal dari sumbernya (tanpa melalui perantara). Data primer yang terdapat pada penelitian ini ialah data kuesioner.

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu memakai kuesioner. Menurut (Sugiyono, 2015) kuesioner artinya teknik pengumpulan data dengan menyediakan serangkaian pertanyaan maupun pernyataan tertulis pada responden untuk dijawab. Kuesioner didesign sedemikian rupa sehingga diperlukan seluruh responden dapat menjawab semua pernyataan. Kuesioner yang dibagikan disertai surat permohonan pengisian kuesioner pengumpulan dan penerangan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan penelitian.

Skala yang digunakan pada kuesioner merupakan skala likert dengan jawaban bertingkat dalam 6 kategori mulai dari penelitian sangat setuju hingga yang sangat tidak setuju. Selain itu dalam kuesioner penelitian ini pula ada pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan menggunakan data diri serta data-data demografis responden. Responden disini merupakan konsumen tokopedia di kota samarinda.

G. Teknis Analisis Data

Dilihat dari rumusan masalah pada penelitian ini, maka diketahui bahwa sifat dari analisis data yang digunakan merupakan analisis deskriptif, yaitu mengumpulkan, meringkas, menyajikan suatu data buat memberikan informasi yang bermanfaat, dan dirancang untuk menjadi data yang siap di analisis, regresi serta uji hipotesis.

Skala likert yang digunakan untuk membentuk data kuantitatif pada penelitian ini wajib, berdasarkan angka, maka dalam penelitian ini untuk jawaban sangat tidak setuju diberi bobot 1 dan untuk jawaban sangat setuju diberi bobot 6, dan hasil penelitian tersebut akan diolah berdasarkan table skala likert yang sudah ditentukan berikut dibawah ini adalah table lengkap untuk member angka atau bobot untuk setiap jawaban yang diberikan responden:

Skala likert *Trust Inclination, Information Adoption, dan Purchase Intention*

Tabel 3. 3 Skala Likert

Singkatan	Keterangan	Bobot
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
KS	Kurang Setuju	3
AS	Agak Setuju	4
S	setuju	5
SS	Sangat Setuju	6

Sumber: Data skala likert diolah 2022

Selanjutnya yaitu menentukan teknik dalam analisis data, dari hasil analisis deskriptif yang telah dihasilkan, maka untuk memperoleh hasil data yang diperlakukan setiap penelitian adalah dengan menguji validitas, uji reliabilitas, uji

regresi serta uji hipotesis untuk beberapa pertanyaan yang akan diberikan oleh peneliti kepada setiap responden penelitian, tetapi sebelumnya akan dijelaskan terlebih dahulu tentang pengertian dari uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi, serta uji hipotesis dibawah ini yaitu sebagai berikut:

1. Uji Instrument

- a. Uji Validitas

Penguji menggunakan SPSS untuk menguji apakah setiap pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner sudah memenuhi nilai validitas dan reliabilitas yang telah ditentukan sebelumnya. Uji validitas adalah suatu ukuran yang menggambarkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument (Arifin, 2017). Pada uji validitas, penulis ingin mengetahui apakah kuesioner yang dirancang sudah mempertanyakan hal yang benar bagi responden. Uji validitas yang digunakan penulis berdasarkan pada analisis faktor dengan uji *KMO-Bartlett* dengan signifikan kurang dari 0,5 dan validitas sampel *KMO* lebih besar dari 0,5. Instrument yang valid memiliki validitas yang tinggi. Angka validitas yang tinggi menunjukkan tingkat kesalahan instrument yang kecil, sementara angka validitas yang rendah menunjukkan kesalahan pada instrument penelitian yang besar.

- b. Uji Reliabilitas

Pengertian uji reliabilitas pada penelitian kuantitatif, sangat tidak sama menggunakan reliabilitas pada penelitian kualitatif. Hal ini terjadi lantaran masih terdapat perbedaan kerangka berpikir pada

melihat empiris. Menurut penelitian kualitatif, suatu empiris itu bersifat majemuk/ ganda, dinamis/ selalu berubah, sehingga tidak ada yang konsisten (sugiyono, 2013)

Berdasarkan pendapat (mundir, 2013). Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi serta stabilitas dari skor (skala pengukuran). Kriteria yang dipergunakan untuk mengetahui tingkat reliabilitas ialah besarnya nilai *cronbach's alpha*. Instrument penelitian disebut handal apabila hasil pengujian menggambarkan $\alpha \geq 0,6$. Pernyataan yang terdapat di kuesioner penelitian akan didesain sangat sederhana agar praktis dipahami dan di isi menggunakan jawaban yang diinginkan oleh peneliti. di penelitian ini akan menggunakan bantuan aplikasi SPSS dalam melakukan pengujian instrument buat mengelola data penelitian dari hasil jawaban responden.

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kondisi data yang ada agar dapat menentukan model analisis yang tepat.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan buat menguji apakah dalam contoh regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji T dan F mengasumsikan nilai residual mengikuti distribusi normal. Bila terjadi pelanggaran asumsi ini, maka uji statistik menjadi tidak valid buat jumlah sampel kecil. cara mendeteksi apakah residual

mempunyai distribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik serta uji statistik. (Arum & Anie, 2012)

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan dalam menguji regresi untuk mengetahui ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas serta jika tidak sama disebut heterokedastisitas. Contoh regresi yang baik artinya yang homokedastisitas atau tidak terjadi masalah disebut heterokedastisitas (k perdana, 2016). Untuk mendeteksi terdapat tidaknya heterokedastisitas bisa ditinjau dari grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (dependen), yaitu *ZPRED* dengan residualnya *SRESID*. Mendeteksi terdapat tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat terdapat tidaknya pola tertentu di grafik *scatterplot* antara *SRESID* serta *ZPRED*, dimana sumbu Y adalah Y yang sudah di prediksi serta sumbu X adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya) yang sudah di-*studentized*.(Ghozali, 2006)

c. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menemukan adanya hubungan antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolinearitas ditunjukkan dengan nilai *toleransi dan variance inflation factor* (VIF) (k perdana, 2016).

- 1) Jika nilai VIF di sekitar angka 1-10, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas.
- 2) Jika nilai Tolerance ≥ 0.10 , maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas.

d. Uji Linieritas

Menurut Ghozali (2016) Uji Linieritas menyatakan bahwa uji linieritas dipergunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang dipergunakan sudah benar atau tidak data yang baik seharusnya memiliki hubungan linier antara variabel dependen dan variabel independen.

- 1) Jika nilai sig. *devition from linearity* $\geq 0,05$ maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- 2) Jika nilai sig. *deviation from linearity* $\leq 0,05$ maka tidak terdapat hubungan yang linier antara variabel bebas dengan variabel terikat.

3. Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini mempunyai teknik analisis dengan regresi linier berganda sesuai dengan kerangka fikir yang sudah dipengaruhi sebelumnya. Yaitu menguji 3 variabel diantaranya *Trust Inclination*, *Information Adoption* dan *Purchase Intention*. Buat analisis regresi linier berganda akan digunakan bantuan SPSS dengan tujuan mempermudah penelitian pada menganalisis data hasil penelitian.

Dalam penelitian ini analisis regresi linier berganda digunakan buat mengetahui terdapat tidaknya pengaruh *Trust Inclination* (X1), *Information Adoption* (X2) terhadap *Purchase Intention* (Y) hubungan tersebut diukur dengan model persamaan sebagai berikut: (made yuliara, 2016)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e_1$$

$Y = \text{Purchase Intention}$

$a =$ konstanta dari persamaan regresi

$b_1 =$ koefisien regresi dari variabel X1, *Trust Inclination*

$b_2 =$ koefisien regresi dari variabel X2, *Information Adoption*

$X_1 = \text{Trust Inclination}$

$X_2 = \text{Information Adoption}$

$e_1 =$ Nilai Error

4. Uji Hipotesis

Penguji hipotesis dilakukan buat memperoleh gambaran mengenai korelasi antara variabel bebas (independen) dengan variabel terikat (dependen).

a. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t digunakan dalam menguji signifikan hubungan variabel antara X dan, apakah variabel X1 dan X2 benar berpengaruh terhadap variabel secara individual atau parsial (Ghozali, 2006). Menentukan T tabel dan T hitung dalam penelitian ini uji statistik t untuk mengetahui pengaruh *Trust Inclination* (X1) dan *Information Adoption* (X2) secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu *Purchase Intention* (Y). pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai pada T tabel. Apabila T hitung $>$ T tabel dengan signifikan dibawah 0,05 (5%). Maka dengan secara parsial variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat begitu juga sebaliknya.

b. Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk menentukan persentase variabel independen secara bersama-sama untuk menjelaskan variabel dependen. Koefisien determinasi berada diantara nol dan satu. Jika koefisien determinasi (R^2) = 1, artinya variabel independen memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Jika koefisien determinasi (R^2) = 0, artinya variabel independen tidak dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen.

Setelah mendapatkan hasil perhitungan hasil uji t maka untuk mengukur seberapa kuat sebuah korelasi pada variabel *Trust Inclination* dan *Information Adoption* terhadap *Purchase Intention*,

dibuatlah sebuah kriteria korelasi variabel yang dikutip berdasarkan pendapat dari (Suharsaputra, 2012) yaitu untuk mengetahui tinggi rendahnya hubungan yang terjadi antar variabel sebagai berikut :

Tabel 3. 4 Interval Koefisien

Interval	Keterangan
0 – 0,25	Korelasi Lemah
$\geq 0,25 - 0,5$	Korelasi Cukup
$\geq 0,5 - 0,75$	Korelasi Kuat
$\geq 0,75 - 1$	Korelasi Sangat Kuat

Sumber :Suharsaputra (2012)