

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, lokasi dilakukan pada mahasiswa di beberapa daerah di Indonesia seperti Yogyakarta, Jakarta, Bandung karena belanja *online* tidak terbatas hanya pada satu wilayah saja.

#### 3.2 Subjek dan Objek Penelitian

Berdasarkan realita yang ada, banyak mahasiswa yang sudah mengikuti perkembangan teknologi dan internet, sehingga mereka bisa dengan mudah berbelanja, yaitu secara *online*. Oleh karena itu, penulis memilih mahasiswa dan yang sudah pernah berbelanja *online* di Lazada dan melakukan pembelanjaan minimal 6 bulan terakhir sebagai subjek penelitian.

Objek penelitian ini adalah pengaruh dari kualitas *website* yang dirasakan, *EWOM*, *perceived benefits*, serta kepercayaan terhadap sikap mahasiswa dalam berbelanja *online* di Lazada.

#### 3.3 Populasi dan Sampel

##### 3.3.1 Populasi

Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian dimana kita tertarik untuk

mempelajarinya atau menjadi objek penelitian (Kuncoro, 2013). Karakteristik atau kualitas yang dinamakan sebagai variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang telah melakukan pembelian *online* di Lazada paling tidak dalam 6 bulan terakhir.

### **3.3.2 Sampel dan Metode Pengambilan Sampel**

Sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Sampel penelitian adalah sebagian populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Kuncoro (2013) memberikan pengertian bahwa sampel adalah suatu himpunan bagian (*subset*) dari unit populasi. Dalam penelitian ini, jumlah sampel sebanyak 186. Adapun kriteria sampel yang dipilih untuk menentukan sampel penelitian ini adalah mahasiswa di Yogyakarta, Jakarta, dan Bandung yang sudah pernah berbelanja *online* di Lazada dan paling tidak dalam waktu 6 bulan terakhir pernah berbelanja di Lazada.

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang langsung diambil dari objek penelitian. Cara pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Data yang digunakan dalam penelitian ini akan dikumpulkan melalui survey kepada mahasiswa di beberapa daerah di Indonesia. Survey tersebut dilakukan dengan menggunakan kuesioner kepada mahasiswa yang telah melakukan pembelian secara *online* di Lazada.

Penelitian ini menggunakan skala likert sebagai pengukuran data. Skala likert ialah skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena pendidikan. Skala likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner, dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Pada penelitian ini menggunakan skala likert 5 poin dengan deskripsi sebagai berikut:

- |                         |                   |
|-------------------------|-------------------|
| 1 = Sangat Tidak Setuju | 4 = Setuju        |
| 2 = Tidak Setuju        | 5 = Sangat Setuju |
| 4 = Netral              |                   |

#### **4.5 Pengujian Instrumen Penelitian (Validitas dan Reliabilitas)**

##### **4.5.1 Uji Validitas**

Dalam penelitian, data mempunyai kedudukan yang paling tinggi, karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis.

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat validitas atau keabsahan suatu alat ukur atau instrumen penelitian. Validitas menunjukkan

sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang diukur dalam suatu penelitian. Untuk menguji validitas, metode yang dilakukan adalah dengan mengukur korelasi antara tiap pernyataan dengan nilai tiap butir pernyataan secara keseluruhan. Alat ukur yang absah akan mempunyai validitas yang tinggi. Valid tidaknya suatu instrumen dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi antara skor item dengan skor totalnya pada taraf signifikan 5%. Aturannya dengan membandingkan r hitung dengan r tabel sesuai dengan nilai N dan taraf signifikansi yang dipakai, dengan ketentuan:

- a. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak
- b. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima

Hasil uji validitas yang dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS versi 20 adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Hasil Uji Validitas (n=186)**

Variabel	Butir	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<i>Kualitas Website</i>	PWQ1	0,709	0,143	Valid
	PWQ2	0,712	0,143	Valid
	PWQ3	0,650	0,143	Valid
	PWQ4	0,751	0,143	Valid
	PWQ5	0,638	0,143	Valid
	PWQ6	0,654	0,143	Valid
eWOM	EWM1	0,632	0,143	Valid
	EWM2	0,468	0,143	Valid
	EWM3	0,731	0,143	Valid
	EWM4	0,228	0,143	Valid
	EWM5	0,645	0,143	Valid
<i>Perceived Benefits</i>	PB1	0,631	0,143	Valid
	PB2	0,715	0,143	Valid
	PB3	0,704	0,143	Valid

Variabel	Butir	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
Kepercayaan	TR1	0,637	0,143	Valid
	TR2	0,681	0,143	Valid
	TR3	0,688	0,143	Valid
	TR4	0,696	0,143	Valid
Sikap Pada Belanja Online	OSA1	0,674	0,143	Valid
	OSA2	0,552	0,143	Valid
	OSA3	0,611	0,143	Valid

Hasil uji validitas terhadap butir-butir pertanyaan yang dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS versi 20 pada taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05, diketahui semua butir pertanyaan dalam penelitian ini memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka semua butir pertanyaan dalam penelitian ini dinyatakan valid atau sah.

#### 4.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengarah pada keajegan suatu alat ukur. Tingkat reliabilitas memperhatikan sejauh mana alat ukur dapat diandalkan dan dipercaya sehingga hasil pengukuran tetap konsisten jika dilakukan pengukuran berulang-ulang terhadap gejala yang sama dengan alat ukur yang sama pula. Untuk mengetahui apakah alat ukur reliabel atau tidak dapat diuji dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach*. Sebuah instrumen dianggap telah memiliki tingkat keandalan yang dapat diterima, jika nilai koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*  $> 0,6$ .

Hasil uji reliabilitas yang dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS versi 20 adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Koef. Alpha Cronbach</b>	<b>Limit Koef. Alpha Cronbach</b>	<b>Jumlah Item Kuesioner</b>	<b>Keterangan</b>
Kualitas Website	0,877	0,6	186 responden	Reliabel
EWOM	0,769	0,6	186 responden	Reliabel
Perceived Benefits	0,823	0,6	186 responden	Reliabel
Kepercayaan	0,841	0,6	186 responden	Reliabel
Sikap pada Belanja Online	0,776	0,6	186 responden	Reliabel

Hasil pengujian reliabilitas dapat diketahui bahwa semua variabel pada penelitian ini memiliki nilai koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,6 maka semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

#### **4.6 Metode Analisis Data**

Dari data yang diperoleh dari pembagian kuesioner ini nantinya penulis akan dibantu dengan program komputer untuk mengolah data supaya lebih mudah dan tepat dalam menghitung. Program komputer yang dimaksud adalah SPSS 20. Penelitian ini menggunakan variabel mediasi yang nantinya akan diolah secara terpisah dengan menggunakan analisis linear sederhana sebanyak dua kali. Berikut metode yang digunakan:

##### **4.6.1 Analisis Regresi Linear Sederhana**

Analisis regresi linear sederhana akan dilakukan beberapa kali dalam penelitian ini. Berikut penjelasannya:

- a. Digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen: kualitas *website* terhadap variabel dependen, yaitu *perceived benefits*. Rumus analisis regresi linier sederhana adalah sebagai berikut. Rumus yang dipakai adalah:

$$Y_1 = \alpha + \beta_3 X_3$$

Keterangan:

$Y_1$  = variabel dependen (*perceived benefits*)

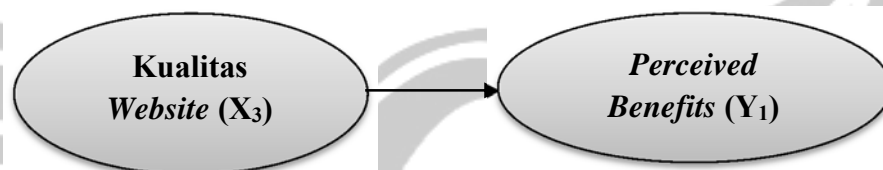
$\alpha$  = konstanta

$\beta$  = koefisien regresi

$X_3$  = variabel independen (kualitas *website*)

Hasil analisis regresi yang berupa persamaan regresi dengan masing-masing koefisien perlu diuji untuk menentukan signifikan koefisien.

Gambarnya adalah sebagai berikut:



**Gambar 3.1**

### **Model Regresi Linear Sederhana 1**

- b. Digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen: kualitas *website* terhadap variabel dependen, yaitu *EWOM*. Rumus analisis regresi linier sederhana adalah sebagai berikut. Rumus yang dipakai adalah:

$$Y_2 = \alpha + \beta_3 X_3$$

Keterangan:

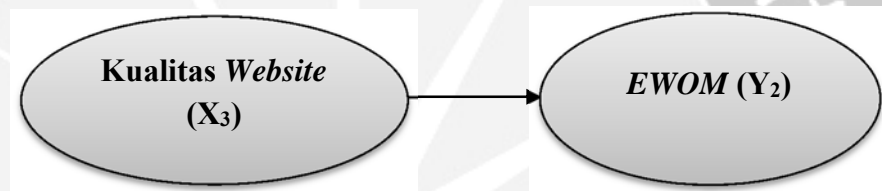
$Y_2$  = variabel dependen (*EWOM*)

$\alpha$  = konstanta

$\beta$  = koefisien regresi

$X_3$  = variabel independen (kualitas *website*)

Gambarnya adalah sebagai berikut:



**Gambar 3.2**

### **Model Regresi Linear Sederhana 2**

#### **4.6.2 Analisis Linear Berganda**

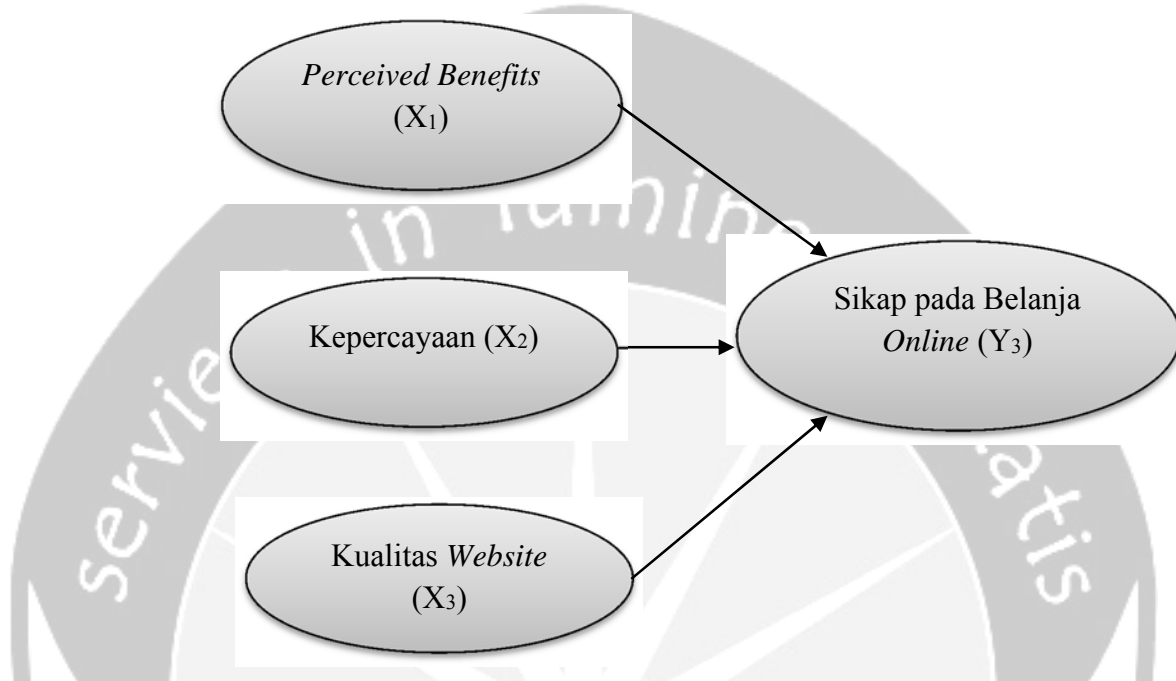
Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen: *perceived benefits*, kepercayaan, dan kualitas *website* terhadap variabel dependen, yaitu sikap pada belanja *online*.

Persamaan regresi linear berganda yang dipakai adalah sebagai berikut

$$Y_3 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$



Gambarnya adalah sebagai berikut:



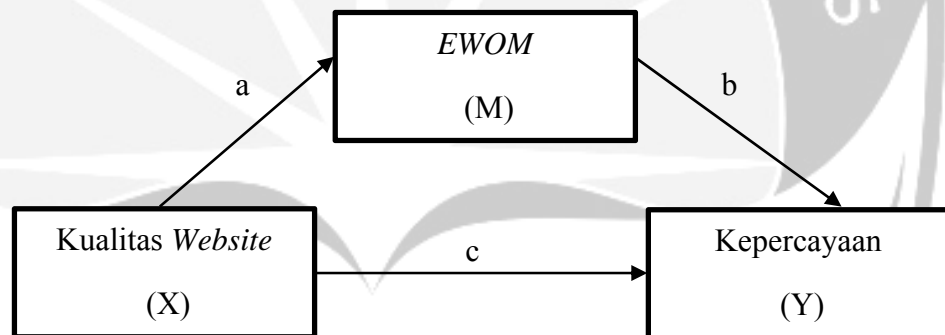
**Gambar 3.3**  
**Model Regresi Linier Berganda**

#### 4.6.3 Analisis Mediasi

Menurut Baron dan Kenny (1986) dalam Ghozali (2013) suatu variabel disebut mediator jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel prediktor (independen) dan variabel kriteria (dependen). Berikut akan dipaparkan langkah-langkah membangun mediasi. Model kerangka pemikiran pada gambar 3.4 untuk memperjelas perhitungan. Hasil regresi X ke M diberi kode a, hasil regresi M ke Y diberi kode b, hasil regresi X ke Y diberi kode c (Zhou, *et al.*, 2010).

Selanjutnya akan dijelaskan tahapan-tahapan untuk membangun mediasi. Model pada gambar 3.4 digunakan untuk membantu menjelaskan berdasarkan pemahaman dari Zhou, *et al.*, (2010). Hasil regresi dari X ke M akan diberi kode a, hasil regresi M ke Y akan diberi kode b, dan hasil regresi dari X ke Y akan diberi kode c. Berikut adalah uraiannya dalam penelitian ini:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas *website* terhadap kepercayaan baik secara langsung dan tidak langsung melalui eWOM, berikut adalah model mediasinya:

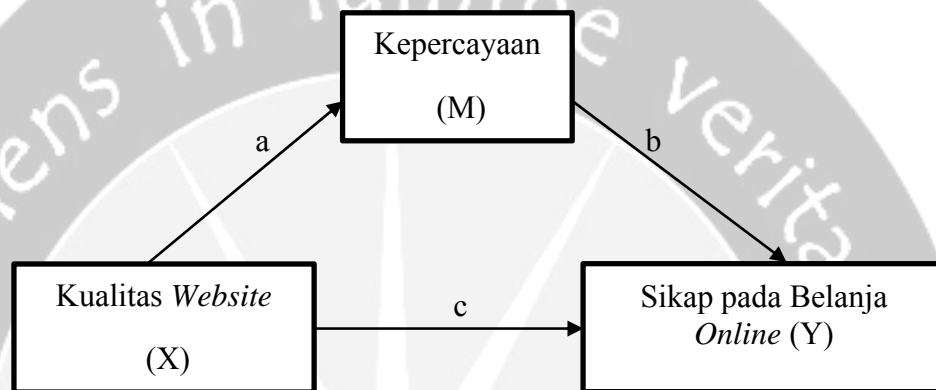


Gambar 3.4

Model Mediasi 1

Sumber: Adaptasi dari Zhou, *et al.*, (2010)

2. Untuk menguji pengaruh kualitas *website* terhadap sikap pada belanja *online* baik secara langsung dan tidak langsung melalui kepercayaan, berikut adalah model mediasinya:



Gambar 3.5  
Model Mediasi 2

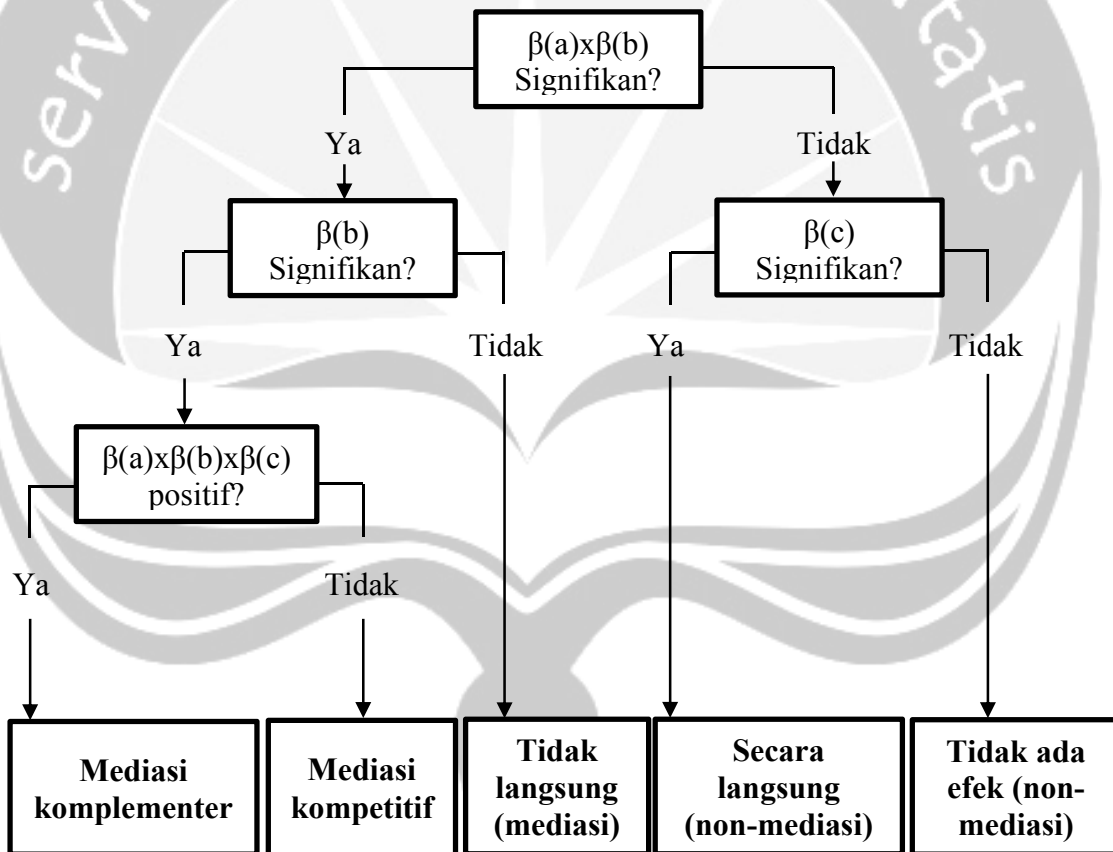
Sumber: Adaptasi dari Zhou, *et al.*, (2010)

Adapun ketentuan membangun mediasi menurut Zhou *et al.*, (2010) adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $\beta(a) \times \beta(b)$  signifikan dan  $\beta(c)$  signifikan, atau dengan mengalikan  $\beta(a) \times \beta(b) \times \beta(c)$  hasilnya positif, maka disebut mediasi komplementer.
- b. Jika  $\beta(a) \times \beta(b)$  signifikan dan  $\beta(c)$  signifikan, atau dengan mengalikan  $\beta(a) \times \beta(b) \times \beta(c)$  hasilnya negatif, maka disebut mediasi kompetitif.
- c. Jika  $\beta(a) \times \beta(b)$  signifikan dan  $\beta(c)$  tidak signifikan, berarti hanya terdapat pengaruh secara tidak langsung dengan bertindak sebagai pemediasi.

- d. Jika  $\beta(a) \times \beta(b)$  hasilnya tidak signifikan dan  $\beta(c)$  signifikan, berarti terdapat pengaruh secara langsung sehingga tidak ada peranan sebagai pemediasi.
- e. Jika  $\beta(a) \times \beta(b)$  hasilnya tidak signifikan dan  $\beta(c)$  tidak signifikan, maka tidak ada pengaruh secara langsung dan tidak ada peranan sebagai pemediasi.

Bagan 2 akan membantu menjelaskan pemahaman mengenai mediasi:



**Gambar 3.6**

**Klasifikasi Tipe Mediasi**

Sumber: Zhou, *et al.*, (2010:201)