

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

3.1.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik tertentu yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2009:80). Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen atau pengguna situs *e-commerce* di Kota Semarang. Situs *e-commerce* yang diteliti dalam penelitian ini adalah 10 situs *e-commerce* terbaik di Indonesia menurut SimilarWeb. SimilarWeb adalah website yang menyediakan informasi data trafik pengunjung dari sebuah website. Berdasarkan data yang dirilis oleh SimilarWeb, 10 situs *e-commerce* terbaik di Indonesia sampai Agustus 2016 yaitu Tokopedia, OLX, Lazada Indonesia, Bukalapak, Elevenia, Blibli.com, Telunjuk.com, Amazon.com, Bhinneka.com, dan AliExpress.com.

3.1.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2009:61). Pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan metode *purposive sampling*. Menurut Zikmund (2009: 396), *purposive sampling* adalah sebuah teknik pemilihan sampel dimana seorang individu

memilih sampel berdasarkan penilaian pribadi mengenai beberapa karakteristik yang sesuai dari anggota sampel. Kriteria utama pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah responden sudah pernah berbelanja atau membeli produk secara online minimal satu kali di salah satu situs *e-commerce* (yaitu, Tokopedia, OLX, Lazada Indonesia, Bukalapak, Elevenia, Blibli.com, Telunjuk.com, Amazon.com, Bhinneka.com, dan AliExpress.com). Sampel yang diteliti dalam penelitian ini adalah 200 orang konsumen atau pengguna situs *e-commerce* di Kota Semarang.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis data yang terdapat dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif yang diperoleh berasal dari kuesioner yang diolah untuk menjawab hipotesis penelitian. Data kuantitatif dari penelitian ini merupakan hasil pengolahan kuesioner dengan menggunakan program SPSS dan AMOS supaya memperoleh hasil apakah hipotesis penelitian diterima atau ditolak.

3.2.2 Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini berasal dari data primer dan sekunder. Data primer pada penelitian ini diperoleh secara langsung dari responden, berupa tanggapan responden mengenai informasi kualitas produk, efisiensi kualitas pelayanan, desain website, kemampuan transaksi dan pengiriman, persepsi keamanan

informasi dan privasi, dan niat beli konsumen. Sedangkan data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari teori yang relevan dan jurnal penelitian sebelumnya.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui kuesioner. Menurut Sugiyono (2009:199), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini terdapat tiga jenis variabel yang terdiri dari empat variabel independen (yaitu, informasi kualitas produk, efisiensi kualitas pelayanan, desain website, dan kemampuan transaksi dan pengiriman), satu variabel mediasi (yaitu, persepsi keamanan informasi dan privasi), dan satu variabel dependen (yaitu, niat beli konsumen). Definisi operasional variabel dalam penelitian ini, adalah:

3.4.1 Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2011), variabel independen adalah variabel bebas atau variabel yang mempengaruhi variabel terikat (dependen). Dalam penelitian ini terdapat empat variabel independen, yaitu:

- a. **Informasi Kualitas Produk**, merupakan persepsi konsumen terhadap seberapa lengkap dan jelas informasi yang disediakan oleh suatu website, supaya dapat menjadi bahan pertimbangan ketika akan membeli produk di

website tersebut. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala Likert yaitu STS (Sangat Tidak Setuju) dengan skor 1 hingga SS (Sangat Setuju) dengan skor 5. Semakin tinggi skor jawaban berarti semakin tinggi kelengkapan informasi produk.

- b. **Efisiensi Kualitas Pelayanan**, merupakan persepsi konsumen terhadap seberapa cepat dan efisien respon yang diberikan oleh pebisnis atau retailer online. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala Likert yaitu STS (Sangat Tidak Setuju) dengan skor 1 hingga SS (Sangat Setuju) dengan skor 5. Semakin tinggi skor jawaban berarti semakin tinggi kecepatan dan efisiensi pelayanan dari pebisnis atau retailer online.
- c. **Desain Website**, merupakan persepsi konsumen terhadap seberapa menarik tampilan dan isi dari suatu website, agar mudah dibaca dan digunakan oleh konsumen. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala Likert yaitu STS (Sangat Tidak Setuju) dengan skor 1 hingga SS (Sangat Setuju) dengan skor 5. Semakin tinggi skor jawaban berarti semakin menarik tampilan dan isi dari suatu website.
- d. **Kemampuan Transaksi Dan Pengiriman**, merupakan persepsi konsumen terhadap kemudahan bertransaksi melalui website dan ketersediaan mode pengiriman yang beragam. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala Likert yaitu STS (Sangat Tidak Setuju) dengan skor 1 hingga SS (Sangat Setuju) dengan skor 5. Semakin tinggi skor jawaban berarti semakin tinggi kemudahan yang diterima konsumen saat bertransaksi.

3.4.2 Variabel Mediasi

Menurut Tuckman (dalam Sugiyono, 2007), variabel mediasi adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela antara variabel independen dengan variabel dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen.

Dalam penelitian ini terdapat satu variabel mediasi, yaitu **Persepsi Keamanan Informasi dan Privasi**, yang merupakan persepsi konsumen terhadap seberapa aman dan rahasia dalam menggunakan website tersebut. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala Likert yaitu STS (Sangat Tidak Setuju) dengan skor 1 hingga SS (Sangat Setuju) dengan skor 5. Semakin tinggi skor jawaban berarti semakin tinggi rasa aman yang dirasakan oleh konsumen.

3.4.3 Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2011), variabel dependen adalah variabel terikat atau variabel yang dipengaruhi oleh keberadaan variabel bebas (independen).

Dalam penelitian ini terdapat satu variabel dependen, yaitu **Niat Beli Konsumen**, yang merupakan persepsi konsumen dalam keinginannya untuk membeli produk dari suatu website. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala Likert yaitu STS (Sangat Tidak Setuju) dengan skor 1 hingga SS (Sangat Setuju) dengan

skor 5. Semakin tinggi skor jawaban berarti semakin tinggi niat konsumen untuk membeli.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Pengujian Alat Pengumpulan Data

Karena teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui kuesioner, maka diperlukan pengujian alat pengumpulan data untuk mengetahui keabsahan kuesioner dan kestabilan responden dalam menjawab pertanyaan – pertanyaan yang ada pada kuesioner sehingga hasil dari penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan. Pengujian alat pengumpulan data dari penelitian ini terdiri dari :

3.5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dianggap valid apabila pertanyaan dalam kuesioner tersebut mampu menguraikan hal yang akan diukur dari kuesioner tersebut (Ghozali, 2011:52). Cara untuk mengukur validitas di penelitian ini adalah dengan menghitung korelasi antara pertanyaan pada kuesioner dengan skor pertanyaan. Dengan membandingkan r yang terdapat pada tabel dan r hitung dengan bantuan *software Statistical Package for Social Science 19 (SPSS 19)*, maka kuesioner dapat dikatakan valid jika :

1. r hitung $>$ r tabel, dengan tingkat signifikan 0,05 atau 5%, maka kuesioner tersebut dikatakan valid.

2. r hitung $<$ r tabel, dengan tingkat signifikan 0,05 atau 5%, maka kuesioner tersebut dikatakan tidak valid.

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu pengukuran yang menunjukkan hasil dari suatu pengukuran tanpa bias (Sekaran, 2006:182). Jika jawaban yang diberikan responden di kuesioner tersebut stabil dari waktu ke waktu, maka kuesioner tersebut dapat dikatakan *reliable*. Uji reliabilitas dilakukan dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α) dari masing – masing instrument dalam suatu variabel dengan bantuan *software Statistical Package for Social Science 19* (SPSS 19), dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai *Cronbach Alpha* (α) instrument $>$ 0,60 , maka instrument tersebut reliabel.
2. Jika nilai *Cronbach Alpha* (α) instrument $<$ 0,60 , maka instrument tersebut tidak reliabel.

3.5.2 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM), yaitu salah satu bentuk analisis multivariate yang dapat menjelaskan hubungan antara beberapa variabel, dan dapat mengkaji struktur keterkaitan yang dinyatakan dalam serangkaian persamaan yang mempunyai fungsi mirip dengan regresi berganda (Hair et al, 2006). SEM digunakan untuk sarana

pemeriksaan sebuah model apakah sesuai untuk pemeriksaan dan pengembangan suatu teori (Ghozali, 2011). Alat bantu dalam pengujian SEM ini adalah *software Analysis of Moment Structure 18 (AMOS 18)*.

Langkah – langkah selanjutnya sebelum melakukan pengujian hipotesis adalah dengan menguji model fit. Penilaian ini diukur dengan uji kesesuaian (*Goodness of Fit*), dengan kriteria sebagai berikut :

1. CMIN/DF (*Chi Square / Degree of Freedom Ratio*). Diharapkan nilainya kurang dari atau sama dengan 3 yang berarti model fit dengan data.
2. CFI (*Comparatif Fit Index*), yaitu ukuran kesesuaian model berbasis komparatif dengan model null. Diharapkan nilainya lebih dari atau sama dengan 0,90.
3. NFI (*Normal Index Fit*), yaitu ukuran kesesuaian model dengan basis komparatif terhadap base line atau model nol. Diharapkan nilainya lebih dari atau sama dengan 0,90.
4. RMSEA (*Root Mean Square Error of Approximation*), yaitu nilai aproksimasi akar kuadrat rata-rata eror. Diharapkan nilainya kurang dari atau sama dengan 0,70.
5. GFI (*Goodness Of the Fit*), yaitu ukuran kesesuaian model secara deskriptif. Diharapkan nilainya lebih dari atau sama dengan 0,90.
6. AGFI (*Adjusted Goodness of the Fit*), yaitu nilai GFI yang disesuaikan. Diharapkan nilainya lebih dari atau sama dengan 0,90.

3.5.3 Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis persamaan struktur AMOS maka akan diperoleh *critical ratio* (c.r) yang digunakan sebagai tolak ukur dalam pengujian hipotesis. Apabila nilai *critical ratio* yang terdapat dalam *regression weight* lebih dari 2 maka hipotesis diterima, dan apabila nilai *critical ratio* kurang dari 2 maka hipotesis ditolak.

