

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah keseluruhan kelompok dari orang-orang, peristiwa atau barang-barang yang diminati oleh peneliti untuk diteliti (Malhotra : 1996 dalam (Amirullah, SE., 2012)). Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat pengguna instagram di kota Semarang yang melakukan online shopping. Sampel merupakan suatu sub kelompok dari populasi yang dipilih untuk digunakan dalam penelitian (Amirullah, SE., 2012). Berdasarkan populasi diatas, maka sampel penelitian yang diambil yaitu masyarakat pengguna instagram di kota Semarang yang melakukan online shopping. Pemilihan sampel harus tepat supaya tidak terjadi bias pada sampel tersebut, yaitu menerapkannya dengan cara diposisikan sebagai responden. Kebutuhan online shopping saat ini semakin tinggi, dengan menggunakan sistem e-commerce yang terdapat juga pada instagram maka semua pengguna online shopping dapat melakukan pembelian dan transaksi secara online dengan lebih mudah. Kriteria sampel yang digunakan adalah responden, maka responden yang diteliti adalah masyarakat kota Semarang yang menggunakan instagram untuk online shopping.

Pemilihan sampel ini adalah responden, karena setiap tahun kebutuhan *berbelanja online* selalu bertambah jumlahnya. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Purposive sampling*, yaitu merupakan suatu teknik

pengambilan sampel dengan cara memilih sampel yang dibutuhkan pertimbangan dan kriteria sesuai aturan yang ada. Dengan adanya suatu kriteria dapat mempermudah peneliti dalam melakukan riset dengan beralasan bahwa jumlah populasi tidak diketahui, sehingga dapat mempermudah dalam pemilihan sampel sesuai kriteria yang telah ditentukan. Responden yang diteliti adalah masyarakat di Kota Semarang dengan kriteria yaitu sering melakukan *belanja online di instagram*. ‘Sering’ disini memiliki arti bahwa masyarakat yang melakukan *belanja online di instagram* dengan minimal dalam setahun lebih dari satu kali transaksi. Dengan jumlah populasi masyarakat di kota semarang yang sering menggunakan instagram untuk belanja online tidak diketahui, maka peneliti menggunakan metode “Quota Sampling” supaya dapat mengetahui berapa jumlah sampel sesuai kriteria yang sudah ditentukan. Pertimbangan dalam menetapkan jumlah quota sampling menggunakan metode pertimbangan statistik. Maka dari itu, ketika menggunakan teknis analisis data *Structural Equation Modeling* (SEM), ada beberapa syarat dalam jumlah perhitungan sampel menurut Solimun (2002:78) dalam (Setiawati, 2015) berdasarkan pedoman dalam menentukan besarnya sampel sebagai berikut :

1. Apabila pendugaan parameter memakai metode kemungkinan maksimum (*maximum likelihood estimation*) maka besar sampel disarankan antara 100 hingga 200 responden, dengan minimum sampel sebesar 50.
2. Sebanyak 5 sampai 10 kali jumlah paramater yang tersedia di dalam model.

3. Sama dengan 5 sampai 10 kali jumlah variabel *manifest* (indikator) dari keseluruhan variabel laten.

Karena jumlah indikator penelitian ini ada 19, maka peneliti menentukan sampel sebanyak  $19 \times 5$  yaitu 95 sampel. Namun untuk mencegah dan meminimalisir terjadinya kesalahan maka peneliti menetapkan besarnya sampel sebanyak 200 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan “kuesioner” berisi pertanyaan yang sudah disediakan.

### **3.2. Jenis Analisis Data dan Sumber Data**

#### **3.2.1. Jenis Analisis Data**

Dalam mengolah data pasti memiliki tujuan yang bermanfaat, maka dari itu data harus diolah serta dianalisis terlebih dahulu untuk pengambilan keputusan yang diproses sebagai perumusan masalah yang telah ada. Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis metode analisis data, antara lain:

##### **3.2.1.1 Analisis Data Kualitatif**

Analisis data kualitatif adalah sebuah data yang dapat diukur berdasarkan gambar maupun kalimat yang dapat dilihat secara langsung. Menurut (Sugiyono, 2015) analisis kualitatif adalah suatu bentuk analisis berdasarkan data yang dijelaskan dalam bentuk kata, kalimat, dan gambar. Berikut langkah-langkah analisis data kualitatif dalam penelitian ini:

1. Pengeditan (*Editing*)

Proses editing dijelaskan sebagai sebuah proses penambahan data yang dibutuhkan serta pengurangan atau menghapus data yang tidak diperlukan, agar memudahkan proses analisis perhitungan data.

## 2. Pemberian Skor (*Skoring*)

Proses skoring merupakan proses dimana sebuah data diubah dari kualitatif menjadi data kuantitatif. Ada beberapa skala dalam proses pemberian skor, antara lain skala Likert yang biasa sering digunakan dalam suatu penelitian tertentu sebagai alat untuk mengukur sikap ataupun pendapat. Maka dari itu, penelitian ini menggunakan skala likert sebagai responden untuk mendapat nilai dari setiap pernyataan berdasarkan sesuai dengan skala nilai dari setiap jawaban, yaitu nilai 1-5 antara lain:

- a. Sangat tidak setuju (STS) : skor 1
- b. Tidak setuju (TS) : skor 2
- c. Netral (N) : skor 3
- d. Setuju (S) : skor 4
- e. Sangat Setuju (SS) : skor 5

## 3. Tabulating

Tabulating merupakan sebuah proses dengan cara mengelompokkan datajawaban yang benar, setelah itu melalui proses perhitungan yang kemudian dijumlahkan menjadi valid atau berguna. Selanjutnya, data

tersebut dibuat dalam sebuah tabel untuk mengetahui hubungan antar variabel, kemudian data tersebut diolah lagi melalui beberapa langkah analisis data menggunakan analisis data kuantitatif.

### **3.2.2. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari responden secara langsung tentang kemudahan, kegunaan, dan kenyamanan konsumen dalam online shopping di Instagram. Data sekunder diperoleh dari sumber-sumber teori yang ada baik dalam buku maupun jurnal-jurnal penelitian sebelumnya.

### **3.3. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan secara deskriptif melalui pengumpulan data yang dianalisis dengan pendekatan induktif yang kemudian diinterpretasikan dengan penjelasan berdasarkan teori maupun pendapat yang akan dikemukakan. Berdasarkan analisis data yang menggunakan penelitian kualitatif, maka teknik pengumpulan data yang dipakai menggunakan kuesioner yang berisi berbagai macam pernyataan untuk dijawab mulai dari “sangat tidak setuju hingga sangat setuju” berupa angket, yang kemudian dibagikan ke responden dalam jumlah tertentu hingga mencapai target yang telah ditetapkan sebagai hasil survei dalam penelitian ini.

### 3.4. Pengukuran Variabel dan Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat nilai dari orang, objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Ig. Dodiet, Aditya S, 2009). Dalam penelitian ini terbagi menjadi tiga jenis variabel, yaitu *Variabel Independen* (Perceived ease of use, Perceived usefulness, Perceived enjoyment), *Variabel Intervening* (Attitude toward using), *Variabel Dependen* (Actual Instagram system use). Berikut variabel penelitian serta definisi operasional dalam penelitian ini:

#### 3.4.1. Variabel Independen

Variabel Independen atau bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen/terikat (Ig. Dodiet, Aditya S, 2009). Disebut variabel bebas karena variabel tersebut bebas dalam mempengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas, antara lain:

- a. *Perceived Ease of Use*, merupakan variabel persepsi kemudahan yang diambil menggunakan data primer dari kuesioner yang telah dibagikan ke responden, sehingga dapat diartikan bahwa setiap individu memahami suatu sistem yang mudah untuk dilakukan. Indikator perceived ease of use dibagi menjadi 4 yaitu,<sup>1</sup>bagi saya berbelanja online di instagram mudah untuk dipelajari, <sup>2</sup>bagi saya dapat lebih mudah mendapatkan informasi produk barang/jasa yang saya butuhkan melalui instagram, <sup>3</sup>bagi berbelanja online di instagram tidaklah sulit, <sup>4</sup>mudah menjadi ahli dalam

menggunakan instagram untuk berbelanja online bagi saya. (sumber: (Davis, 1989); (Jogiyanto H.M, 2007)).

- b. *Perceived Usefulness*, merupakan sebuah persepsi kegunaan yang didefinisikan bahwa setiap individu yang menggunakan suatu sistem dapat memahami bahwa sistem tersebut memberikan manfaat bagi penggunanya. Instagram akan terus digunakan apabila individu tersebut merasakan manfaat atas sistem instagram yang ia gunakan, tetapi jika tidak maka individu tersebut tidak akan menggunakannya lagi. Indikator perceived usefulness dibagi menjadi 4 yaitu, <sup>1</sup>Instagram memudahkan saya dalam pembelian produk barang/jasa, <sup>2</sup>Instagram bermanfaat untuk berbelanja online bagi saya, <sup>3</sup>Instagram mempercepat saya dalam melakukan pencarian serta pembelian produk barang/jasa, <sup>4</sup>Penggunaan instagram lebih efisien dibandingkan mencari produk barang/jasa langsung di toko atau mall. (sumber: (Davis, 1989); (Jogiyanto H.M, 2007)).
- c. *Perceived Enjoyment*, merupakan sebuah persepsi kenyamanan yang diartikan bahwa setiap individu harus merasa nyaman dan memberikan kesenangan dalam menggunakan suatu sistem tertentu bagi penggunanya. Ketika penggunaan instagram memberikan kemudahan, dan manfaat maka secara tidak langsung akan memberikan kenyamanan bagi pengguna dalam menggunakan sistem instagram tersebut. Terdapat 4 indikator perceived enjoyment yaitu, <sup>1</sup>Saya menikmati penggunaan

belanja online di instagram, <sup>2</sup>Saya merasa nyaman/enjoy selama melakukan pembelian produk barang/jasa melalui instagram, <sup>3</sup>Penggunaan instagram dalam berbelanja online itu menyenangkan bagi saya, <sup>4</sup>Fasilitas belanja online di instagram membuat saya tertarik. (sumber: Mantymaki & Salo (2011); (Nysveen, Pedersen, & Thorbjørnsen, 2005).

#### 3.4.2. Variabel Intervening

Variabel Intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan variabel bebas dengan variabel terikat, tetapi tidak dapat diamati dan diukur (Ig. Dodiet, Aditya S, 2009). Dalam penelitian ini terdapat satu variabel intervening, yaitu:

- a. *Attitude Toward Using*, merupakan suatu persepsi tentang sikap pengguna dalam menentukan sikap untuk menolak atau menerima penggunaan sistem instagram. Terdapat 3 indikator ATT yaitu, <sup>1</sup>.Saya senang mengakses belanja online di instagram, <sup>2</sup>Saya lebih suka mengakses instagram untuk pembelian produk barang/jasa dari pada harus melakukan pembelian langsung di toko/mall, <sup>3</sup>Saya menyukai belanja online di instagram. (sumber: Agarwal dan Karashanna (2000) dalam(Jogiyanto H.M, 2007).



### 3.4.3. Variabel Dependen

Variabel Dependen atau terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Ig. Dodiet, Aditya S, 2009). Dalam penelitian ini terdapat satu variabel terikat, yaitu:

- a. *Actual Instagram System Use*, merupakan suatu penggunaan sistem teknologi instagram yang bagaimana setiap individu menjalankan penggunaan nyata instagram dalam kehidupan sehari-hari apakah digunakan terus-menerus atau tidak lagi digunakan. Terdapat 4 indikator Actual Instagram System Use yaitu, <sup>1</sup>Saya sering menggunakan instagram dalam berbelanja online, <sup>2</sup>Saya akan menggunakan instagram dalam berbelanja online, <sup>3</sup>Saya akan selalu menggunakan instagram dalam berbelanja online, <sup>4</sup>Saya merasakan berbelanja online di instagram sangat bermanfaat bagi saya, sehingga saya akan selalu menggunakan dimasa mendatang.

### 3.5. Metode Analisis Data

Metode analisis data merupakan suatu rangkaian dari satu tahapan untuk proses penelitian lebih lanjut, yang bertujuan untuk memberikan banyak informasi jawaban dalam penyelesaian masalah. Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data melalui software atau program Smart PLS yang dioperasikan dengan komputer. PLS (Partial Least Square) adalah suatu program yang digunakan untuk mengoperasikan metode Structural Equation Modelling (SEM) atau metode analisis persamaan struktural yang dapat melakukan pengujian model pengukuran. Model

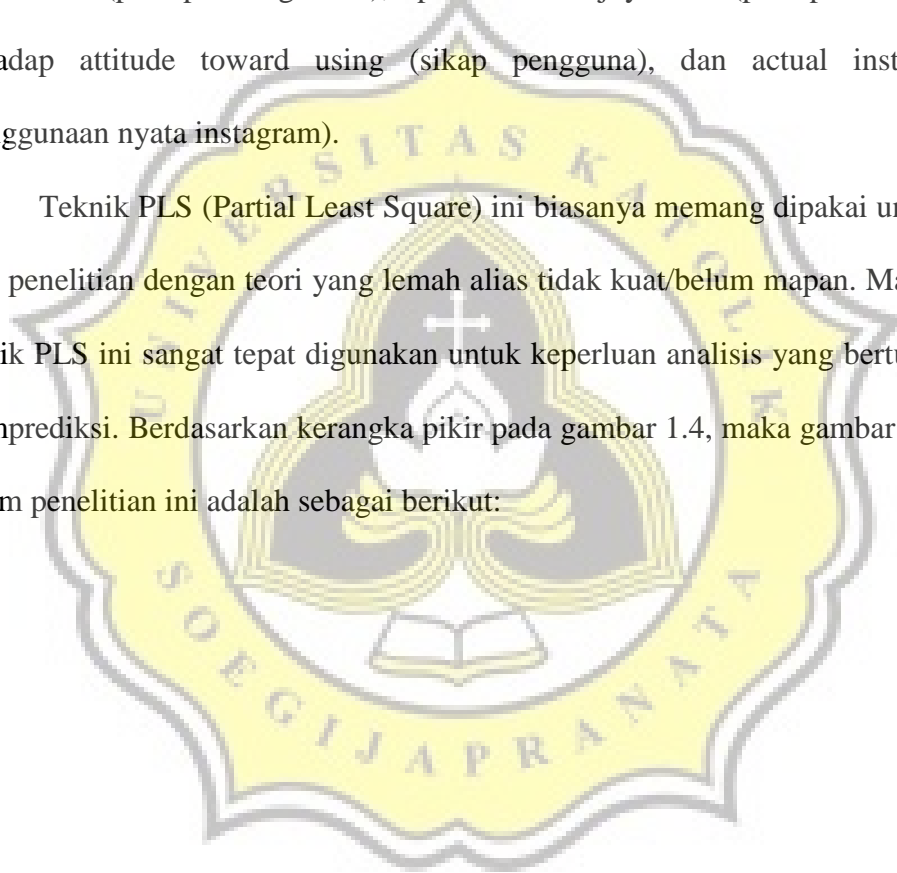
pengukuran SEM digunakan untuk uji validitas dan uji realibilitas. Selain itu, PLS adalah metode analisis yang bersifat soft modeling karena tidak mengasumsikan data harus dengan pengukuran skala tertentu, maka jumlah sampel dapat kecil (dibawah 100 sampel) menurut Ghozali (2006) dalam (Dhika, 2012). PLS merupakan pendekatan yang digunakan untuk data yang memiliki permasalahan spesifik seperti ukuran sampel yang kecil, missing data, dan masalah lainnya dalam regresi (Muniarti et al., 2013). PLS menurut (Hartono dan Abdilah, 2009) dalam (Muniarti et al., 2013), yaitu:

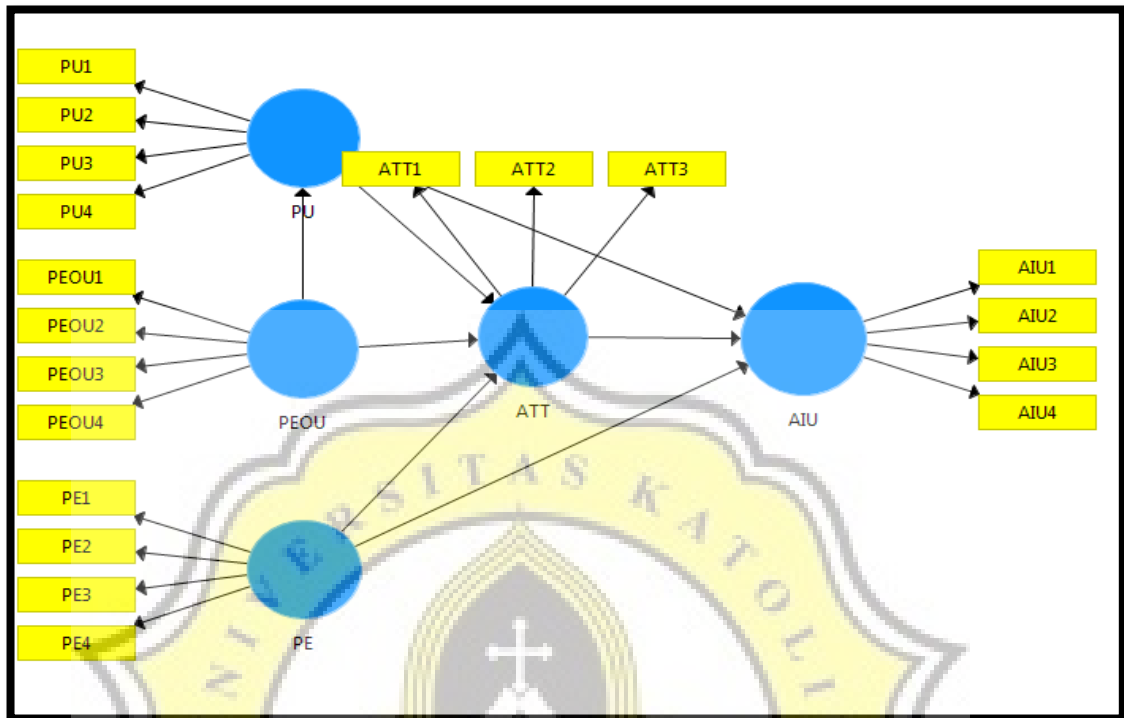
1. PLS tidak mensyaratkan adanya data yang memenuhi asumsi seperti regresi, sehingga tidak ada syarat data harus memenuhi asumsi klasik
2. Jumlah sampel yang dibutuhkan kecil
3. PLS dapat mengolah data dengan skala yang berbeda dalam satu model
4. PLS dapat menguji model formatif, yaitu model dimana makna konstruk ditentukan oleh indikator-indikatornya, dan dapat menguji model reflektif, yaitu sebaliknya.

Dalam penelitian ini menggunakan PLS (*Partial Least Square*), karena alasan yang pertama adalah, PLS (*Partial Least Square*) merupakan suatu metode dengan penggunaan sampel yang tidak harus besar yaitu jumlah sampel bisa dibawah 100 sehingga lebih memudahkan analisis. Alasan kedua karena, PLS (*Partial Least Square*) dapat menganalisis sebuah teori-teori yang tidak kuat atau lemah dengan cara memprediksi. Alasan ketiga karena, PLS (*Partial Least Square*) memungkinkan algoritma dengan menggunakan analisis series *ordinary least square* (OLS) sehingga

diperoleh efisiensi perhitungan algoritma tersebut (Ghozali, 2006). Alasan keempat karena, PLS dapat digunakan untuk menjelaskan semua ukuran variasi yang berbeda. Sehingga, penelitian ini dibuat dengan bantuan program PLS yang bertujuan untuk mengukur pengaruh variabel perceived ease of use (persepsi kemudahan), perceived usefulness (persepsi kegunaan), perceived enjoyment (persepsi kenyamanan) terhadap attitude toward using (sikap pengguna), dan actual instagram use (penggunaan nyata instagram).

Teknik PLS (Partial Least Square) ini biasanya memang dipakai untuk sebuah riset penelitian dengan teori yang lemah alias tidak kuat/belum mapan. Maka dari itu, teknik PLS ini sangat tepat digunakan untuk keperluan analisis yang bertujuan untuk memprediksi. Berdasarkan kerangka pikir pada gambar 1.4, maka gambar model PLS dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:





Sumber : SmartPLS Program (“SmartPLS is here !,” 2018)

**Gambar 3.1 PLS Algorithm**

### 3.5.1. Validitas Internal

Validitas internal PLS yang akan diuji adalah validitas konstruk. Validitas konstruk merupakan validitas yang terbagi menjadi dua yaitu, validitas konvergen dan validitas diskriminan. Validitas konstruk menganalisa seberapa benar instrumen yang digunakan pada pengukuran teori yang sesuai dengan yang digunakan untuk menggambarkan konstruk, sehingga dapat dilihat apakah korelasi antara konstruk dengan instrumen-instrumennya sudah sesuai. Validitas konvergen adalah suatu konvergensi antar instrumen yang bertujuan untuk mengukur konstruk yang sama. Konvergensi selalu mengacu pada korelasi yang tinggi, sehingga dalam validitas

konvergen PLS indikator mengacu pada *loading factor* (hubungan antara instrumen dengan konstruk itu sendiri), serta AVE (*Average Variance Extracted*). Sedangkan validitas diskriminan digunakan ketika instrumen mengukur konstruk yang berbeda, karena seharusnya instrumen yang sudah terpakai untuk mengukur satu konstruk tidak akan ada korelasinya dengan konstruk lain.

**Tabel 3.2**

**Pengukuran Validitas Internal**

| Validitas Konvergen |       | Validitas Diskriminan                          |   |
|---------------------|-------|--|---|
| Ukuran              | Nilai | Ukuran   | Nilai                                     |
| Loading factor      | > 0,7 | Akar AVE :<br>korelasi antar<br>variabel laten | $\sqrt{AVE} >$ korelasi<br>variabel laten |
| AVE                 | > 0,5 | Cross loading                                  | < 0,7 dalam<br>satu konstruk              |
| Communality         | > 0,5 |  |   |

Sumber: (Muniarti et al., 2013)

**3.5.2. Reliabilitas**

Reliabilitas adalah suatu model pengukuran yang berfungsi untuk menguji alat ukur instrumen yang digunakan untuk mengukur konstruk sudah mempunyai konsistensi atau tidak, dengan menggunakan *Cronbach's alpha* dan *composite reliability*.

**Tabel 3.3**

**Pengukuran Reliabilitas**

| Ukuran                       | Nilai |
|------------------------------|-------|
| <i>Cronbach's alpha</i>      | > 0,7 |
| <i>Composite reliability</i> | > 0,7 |

Sumber: (Muniarti et al., 2013)

**3.6. Uji Hipotesis**

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan evaluasi model struktural PLS. Model struktural yang digunakan yaitu, nilai *path coefficients* atau nilai *t-values*. Pengujian hipotesis ini menggunakan *path analysis*, sehingga ukuran hipotesis dapat dikatakan mendukung atau tidaknya terlihat dari hubungan antara *t-table* dengan *t-statistic*. Hipotesis terdukung apabila nilai *t-statistic* lebih besar dari nilai *t-table*. Jika tingkat keyakinan mencapai 95%, maka  $\alpha = 0,5$  sehingga diperoleh nilai *t-table* = 1,96 yang berarti bahwa hipotesis diterima jika nilai signifikansi sebesar >1,96.