

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah usaha bidang kuliner yang menerapkan *e-commerce* selama 6 bulan dan di kelompokkan dalam usaha mikro, kecil dan menengah yang berada di Kelurahan Tlogosari Semarang.

3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi merupakan daerah yang secara umum yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kualitas dan ciri khusus yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2017 : 117). Populasi dalam penelitian ini adalah usaha bidang kuliner di Kelurahan Tlogosari Semarang yang sudah menerapkan *e-commerce* selama 6 bulan dan dikelompokkan dalam usaha mikro, kecil, dan menengah. Populasi UMKM bidang kuliner di Kelurahan Tlogosari Semarang jumlahnya tidak diketahui dengan pasti.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, sehingga peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2017). Menurut Gay dan Diehl (1992) dalam Bida dan Maryati (2020) penelitian yang bersifat korelasional harus menggunakan sampel minimum sebanyak 30 subjek. Menurut, Roscoe (1975) dalam Sugiyono (2017 : 131), pada setiap penelitian, ukuran sampel yang layak berkisar antara 30 sampai 500, kedua apabila sampel dibagi dalam kategori maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30, dan yang ketiga apabila penelitian menggunakan analisis multivariate (korelasi atau regresi berganda) maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Oleh sebab itu,

sampel yang digunakan sebanyak minimal 40 responden. Agar data lebih valid peneliti berencana menetapkan sampel sebanyak 50 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *sampling purposive*. *Sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017:124) yaitu usaha bidang kuliner yang sudah menerapkan *e-commerce* selama 6 bulan dan dikelompokkan dalam usaha mikro, kecil, menengah di Kelurahan Tlogosari Semarang serta bersedia mengisi angket kuesioner dengan kondisi yang sebenar-benarnya.

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini merupakan data primer, data yang didapatkan secara langsung melalui sumber aslinya. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan wawancara kepada pelaku usaha bidang kuliner di Kelurahan Tlogosari Semarang yang sudah memiliki *e-commerce* dalam kurun waktu 6 bulan dan dikelompokkan dalam usaha mikro, kecil dan menengah.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu :

1. Kuesioner/angket

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2017 : 199). Dalam penelitian ini data yang didapat melalui penyebaran kuesioner kepada usaha kuliner yang sudah menggunakan *e-commerce* selama 6 bulan dan dikelompokkan dalam usaha mikro, kecil dan menengah di Kelurahan Tlogosari Semarang.

2. Wawancara

Wawancara sebagai teknik pengumpulan data dalam melakukan studi pendahuluan untuk hal-hal yang ingin diketahui lebih dalam (Sugiyono, 2017 : 194). Dalam penelitian ini mewawancarai responden secara langsung mengenai usaha kuliner dengan penerapan *e-commerce*.

3.3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.3.3.1 Uji Validitas

Ghozali (2013 : 53) menjelaskan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas yang diuji menggunakan *corrected item total correlation*, yaitu dengan cara mengoreksi skor total diperoleh dengan menjumlahkan semua skor pertanyaan. Dengan kriteria pengujian validitas penelitian sebagai berikut (Ghozali, 2013).

- Jika r hitung $>$ r tabel, maka kuesioner tersebut valid.
- Jika r hitung $<$ r tabel, maka kuesioner tersebut tidak valid.

3.3.3.2 Uji Reliabilitas

Ghozali (2013 : 47) menjelaskan bahwa uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian dilakukan dengan mengukur korelasi antara jawaban pertanyaan dengan menggunakan nilai statistik *cronbach's alpha* (α) dan dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha > 0,7$. Ghozali (2013: 48).

3.3.3.3 Hasil Uji Validitas

Uji validitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Dasar keputusan yang digunakan adalah

melakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel. Nilai r tabel untuk 50 responden sebesar 0,2353. Pengambilan keputusan uji validitas :

- a. Jika r hitung $>$ r tabel, maka kuesioner tersebut valid.
- b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka kuesioner tersebut tidak valid.

Pengujian validitas selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.1

Hasil Uji Validitas Variabel Manfaat Teknologi Informasi (X1)

Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,689	0,2353	Valid
X1.2	0,757	0,2353	Valid
X1.3	0,735	0,2353	Valid
X1.4	0,690	0,2353	Valid
X1.5	0,493	0,2353	Valid
X1.6	0,489	0,2353	Valid

Sumber : Hasil olahan SPSS, 2020

Penjelasan pada Tabel 3.1 dapat dijelaskan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,2353) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item dalam indikator variabel Manfaat Teknologi Informasi valid.

Tabel 3.2

Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan Teknologi Informasi (X2)

Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,738	0,2353	Valid
X1.2	0,807	0,2353	Valid
X1.3	0,659	0,2353	Valid
X1.4	0,699	0,2353	Valid
X1.5	0,486	0,2353	Valid

Sumber : Hasil olahan SPSS, 2020

Berdasarkan pada Tabel 3.2 dapat dijelaskan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,2353) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item dalam indikator variabel Kemudahan Penggunaan Teknologi Informasi valid.

Tabel 3.3**Hasil Uji Validitas Variabel Adopsi *E-Commerce* (Y1)**

Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,742	0,2353	Valid
X1.2	0,816	0,2353	Valid
X1.3	0,871	0,2353	Valid

Sumber : Hasil olahan SPSS, 2020

Berdasarkan pada Tabel 3.3 dapat dijelaskan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,2353) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item dalam indikator Adopsi *E-commerce* valid.

Tabel 3.4**Hasil Uji Validitas Variabel Keberhasilan Usaha (Y2)**

Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,820	0,2353	Valid
X1.2	0,830	0,2353	Valid
X1.3	0,849	0,2353	Valid

Sumber : Hasil olahan SPSS, 2020

Berdasarkan pada Tabel 3.4 dapat dijelaskan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,2353) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item dalam indikator Keberhasilan Usaha valid.

3.3.3.4 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat uji untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel (Ghozali,2013). Kaidah dalam pengambilan keputusan (Nunnaly (1967) dalam Ghozali (2013) yaitu jika reliabilitas alpha melebihi angka 0,7 maka variabel tersebut dinyatakan reliable.

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas Indikator Variabel

NO.	Variabel	Nilai Crobach Alpha	Nilai Standarisasi	Keterangan
1.	Manfaat Teknologi Informasi	0,727	0,7	Reliabel
2.	Kemudahan Penggunaan Teknologi Informasi	0,716	0,7	Reliabel
3.	Adopsi E-commerce	0,732	0,7	Reliabel
4.	Keberhasilan Usaha	0,755	0,7	Reliabel

Sumber : Hasil olahan SPSS, 2020

Berdasarkan table 3.5 dapat diketahui bahwa variabel manfaat teknologi informasi, kemudahan penggunaan teknologi informasi, adopsi *e-commerce*, dan keberhasilan usaha menunjukkan nilai r Alpha lebih besar dari batas yang ditentukan yaitu sebesar 0,7. Dengan demikian, hasil uji reliabilitas terhadap keseluruhan variabel adalah reliable, sehingga dapat dilakukan pada pengujian selanjutnya.

3.4 Analisis Data

3.4.1 Alat Analisis Data

3.4.1.1 Analisis Statistik Deskriptif

Sugiyono (2017:207) mengungkapkan bahwa analisis deskriptif digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Statistik deskriptif dapat digunakan bila peneliti hanya ingin mendeskripsikan data sampel dan tidak ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi dimana sampel tersebut diambil. Rumus penentuan rentang skalasebagai berikut :

$$RS : \frac{\text{Nilai terbesar} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kategori}}$$

$$RS : \frac{5 - 1}{3}$$

$$RS : 1,33$$

Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2017:134) skala likert digunakan dalam pengukuran sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial yang telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti. Data yang diperoleh dari skala tersebut berupa data interval. Jawaban pada skala likert memiliki gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, maka jawaban dari kuesioner tersebut dapat diberi skor sebagai berikut :

Tabel 3.6

Pemberian Skor Pada Skala Likert

KETERANGAN	SKOR
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (ST)	4
Ragu-Ragu (RG)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono, 2017:134

Penilaian tentang rentang skala sebagai berikut :

Tabel 3.7 Penilaian Rentang Skala Manfaat Teknologi Informasi

Rentang Skala	Meningkatkan Kualitas Pekerjaan	Mempercepat Proses Transaksi	Meningkatkan Kinerja Usaha	Meningkatkan Efektivitas Usaha	Meningkatkan Produktifitas Pekerjaan	Memper memudahkan Pekerjaan
1,00 – 2,33	Rendah	Rendah	Rendah	Rendah	Rendah	Rendah
2,34 – 3,67	Sedang	Sedang	Sedang	Sedang	Sedang	Sedang
3,68 – 5,00	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi

Tabel 3.8 Penilaian Rentang Skala Kemudahan Penggunaan Teknologi informasi

Rentang Skala	Tidak Rumit	Mudah dipelajari	Mudah dikenalkan	Mudah dimengerti	Mudah digunakan
1,00 – 2,33	Rendah	Rendah	Rendah	Rendah	Rendah
2,34 – 3,67	Sedang	Sedang	Sedang	Sedang	Sedang
3,68 – 5,00	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi

Tabel 3.9 Penilaian Rentang Skala Adopsi E-Commerce

Rentang Skala	E-commerce menjelaskan Product	Pemesanan Melalui Internet	Pembayaran Melalui Internet
1,00 – 2,33	Rendah	Rendah	Rendah
2,34 – 3,67	Sedang	Sedang	Sedang
3,68 – 5,00	Tinggi	Tinggi	Tinggi

Tabel 3.10 Penilaian Rentang Skala Keberhasilan Usaha

Rentang Skala	Meningkatkan Penjualan	Meningkatkan Pangsa Pasar	Bertambahnya Laba
1,00 – 2,33	Rendah	Rendah	Rendah
2,34 – 3,67	Sedang	Sedang	Sedang
3,68 – 5,00	Tinggi	Tinggi	Tinggi

3.4.1.2 Analisis Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2017 : 25-27) analisis kuantitatif bersifat deduktif dan data kualitatif bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis, sedangkan penelitian kuantitatif teknik analisis data yang digunakan sudah jelas, yaitu di arahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal. Karena datanya kuantitatif maka teknik analisis data menggunakan metode statistik yang sudah tersedia. Dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) alat analisis yang digunakan yaitu

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Adapun bentuk persamaan regresi yang dijabarkan berikut :

$$\text{Persamaan 1 : } \hat{Y}_1 = \alpha_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

\hat{Y} = Adopsi e-commerce

X_1 = Manfaat Teknologi Informasi

X_2 = Kemudahan Penggunaan Teknologi Informasi.

α = konstanta

β = koefisien regresi

ε = error

$$\text{Persamaan 2 : } \hat{Y}_2 = \alpha_0 + \beta Y_1 + \varepsilon$$

Y_2 = Keberhasilan Usaha

\hat{Y}_1 = Adopsie-commerce

3.4.2 Pengujian Hipotesis

3.4.2.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji t merupakan uji parsial yang mengetahui masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk menentukan pengujian, maka kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikansinya $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan demikian hipotesis diterima / terbukti.
- b. Jika nilai signifikansinya $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Dengan demikian hipotesis diterima / tidak terbukti
 - $H_0: \beta_1 = 0$, artinya Manfaat Teknologi Informasi tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Adopsi *e-commerce*.
 - $H_{a1} : \beta_1 > 0$, artinya Manfaat Teknologi Informasi berpengaruh positif signifikan terhadap Adopsi *e-commerce*.
 - $H_{02} : \beta_2 = 0$, artinya Kemudahan Penggunaan Teknologi Informasi tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Adopsi *e-commerce*.
 - $H_{a2} : \beta_2 > 0$, artinya Kemudahan Penggunaan Teknologi Informasi berpengaruh positif signifikan terhadap Adopsi *e-commerce*.
 - $H_{04} : \beta_4 = 0$, artinya Adopsi *e-commerce* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.
 - $H_{a4} : \beta_4 > 0$, artinya Adopsi *e-commerce* berpengaruh positif signifikan terhadap Keberhasilan Usaha..

3.4.2.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menentukan pengujian pada variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

- a. Menentukan Hipotesis

$$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$$

Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

$$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$$

Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

b. Kriteria Keputusan

1. Jika nilai signifikansinya $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansinya $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak adanya pengaruh dari variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

