

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian

Peneliti mendapati beberapa tujuan dalam penelitian ini guna memecahkan rumusan masalah yang ada. Karena itu beberapa tujuan pada penelitian ini diantaranya adalah untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap niat membeli pakaian *web* toko pakaian muslim daring
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas *web* terhadap niat membeli pakaian *web* toko pakaian muslim daring
3. Untuk mengetahui pengaruh *utilitarian shopping value* terhadap niat membeli pakaian *web* toko pakaian muslim daring
4. Untuk mengetahui pengaruh *hedonic shopping value* terhadap niat membeli pakaian *web* toko pakaian muslim daring

3.2 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

3.2.1 Waktu Serta Tempat Penelitian

Mengenai masa penelitian, peneliti memperhitungkan waktu pelaksanaannya pada bulan Maret sampai Juni 2017. Selain itu area atau tempat penelitian yang akan diteliti meliputi pada area Jakarta.

3.2.2 Objek penelitian

Dari uraian latar belakang yang ada, didapati bahwa dalam penelitian ini *web* toko pakaian muslim daring yang ada di Indonesia merupakan objek dalam penelitian. sehingga seluruh pembahasan variabel-variabel yang ada akan memiliki kaitan dengan *web* toko pakaian muslim daring.

3.3 Metode Penelitian

Menurut Sekaran dan Bougie¹ penelitian merupakan proses menemukan sebuah pemecahan terhadap suatu masalah setelah melalui analisis faktor situasional dan kajian menyeluruh. Dilihat dari penjelasan sebelumnya dan tujuan pada penelitian ini maka peneliti menggunakan jenis penelitian metode studi deskriptif dan metode kausal.

Serta dengan metode penelitian kuantitatif yang mana dapat diartikan menurut Sandjojo² pada ilmu-ilmu pengetahuan sosial, metode penelitian kuantitatif mengacu kepada penelitian empiris sistematis dari sifat-sifat dan fenomena kuantitatif serta hubungannya. Adapun sasaran penelitian kuantitatif pada umumnya guna menggunakan dan mengembangkan pola-pola matematis, teori, dan atau dugaan mengenai sesuatu hal menarik atau permasalahan tertentu. Selain itu, penelitian kuantitatif banyak menggunakan statistik untuk melakukan berbagai pengukuran, mulai dari pengumpulan data, validasi, dan lain-lainnya.

Dalam Dantes³ pengertian metode deskriptif merupakan sebuah penelitian yang berusaha menjelaskan sebuah fenomena atau peristiwa dengan sistematis sesuai dengan apa adanya. Lebih lanjut Dantes menjelaskan bahwa penelitian deskriptif pada umumnya tidak diarahkan untuk pengujian hipotesis. Sedangkan penelitian kausal menurut Rangkuti⁴ merupakan penelitian yang bertujuan utama mencari korelasi sebab akibat atau keterkaitan antara variabel independent dengan variabel dependent. Pengertian dari teori diatas bahwa tujuan dari penelitian kausal ini adalah guna mengungkap pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga menunjukkan arah hubungan antara variabel bebas (*religiusitas*, *kualitas web*, *utilitarian shopping value*, dan *hedonic shopping value*) dengan variabel terikat (niat membeli).

¹ Sekaran, U. Dan R. Bougie. "Research Methods For Business". (John Wiley & Sons Ltd. Chichester) 2010.

² Sandjojo, N. "Metode Analisis Jalur Path Analysis Dan Aplikasinya". (Pustaka Sinar Harapan. Jakarta) 2011.

³ Dantes, N. "Metode Penelitian". (Andi. Yogyakarta). 2012.

⁴ Rangkuti, F. "Riset Pemasaran Cetakan Ke Sepuluh". (Gramedia Pustaka Utama. Jakarta) 2011.

3.4 Populasi, Sampel, dan Sumber Data

3.4.1 Populasi

Menurut penjelasan Sekaran dan Bougie⁵ populasi mengarah pada keseluruhan kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang peneliti ingin selidiki. Diperkuat juga dalam Sunyoto⁶ bahwa populasi yaitu keseluruhan dari jumlah objek (perseorangan atau satuan) yang karakteristiknya akan diteliti.

Dari teori-teori sebelumnya didapatkan bahwa populasi merupakan keseluruhan objek penelitian guna dipertimbangkan menjadi anggota sampel. Adapun populasi didalam penelitian ini adalah wanita dan pria yang pernah mengunjungi *web* toko pakaian muslim daring di Indonesia.

Tabel 3.1
Literatur Jurnal

No	Sumber	Jumlah Responden	Teknik Pemilihan Responden	Karakteristik Responden	Tempat Penelitian	Tehnik Analisis Data
1	Fan, Yul Lee, dan In Kim (2013)	430 Responden	Purposive Sampling	Para konsumen yang memiliki pengalaman dengan situs <i>online shop</i>	China dan Korea Selatan	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan Common method variance (CMV) atau common method bias (CMB) • Terdapat uji validitas dan uji reliabilitas • Analisis deskriptif

⁵ Sekaran Dan Bougie, *Op. Cit*

⁶ Sunyoto, D. "*Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*". (Caps. Yogyakarta) 2012.

No	Sumber	Jumlah Responden	Teknik Pemilihan Responden	Karakteristik Responden	Tempat Penelitian	Tehnik Analisis Data
2	Chiu et al. (2012)	454 Responden	Insidental Sampling	Para pelanggan <i>web</i> shopping mall Yahoo! Kimo	Taiwan	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat uji validitas dan uji reliabilitas • Uji PLS dengan uji korelasi • Analisis deskriptif
3	Hsu, Chang, dan Chen (2012)	534 responden	Purposive Sampling	responden yang 12 bulan terakhir melakukan kontak dengan <i>web</i> travel agensi	Taiwan	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat uji validitas dan uji reliabilitas • Analisis deskriptif • Uji SEM
4	Kim et al. (2012)	293 Responden	Insidental Sampling	Para responden Harus memiliki pengalaman belanja internet	Korea Selatan	<ul style="list-style-type: none"> • Analisis deskriptif • Uji reliabilitas dan validitas • Uji SEM
5	Poddar, Donthu, dan Wei (2009)	400 responden	Purposive Sampling	(204 wanita) yang berkunjung salah satu dari 22 situs, Serta cukup nyaman menggunakan Internet, terutama untuk pembelian <i>online</i> .	U.S.A	<ul style="list-style-type: none"> • Analisis deskriptif • Uji reliabilitas dan validitas • Uji SEM

6	Alam, Mohd, dan Hisham (2011)	232 responden	Sampling Kuota	Para konsumen yang berlatar belakang muslim	Shah Alam dan Bangi di Selangor	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat uji validitas dan uji reliabilitas • Analisis deskriptif • Uji Regresi dan uji pearson korelasi
7	Khandai, Bajpai, dan Agarwal (2014)	231 Responden	area sampling	Hindu dan Muslim Pembeli tradisional dan bijaksana, menuntut tapi pembeli apatis.	India	<ul style="list-style-type: none"> • Exploratory factor analysis • KMO test • Pearson correlation coefficient • Uji t
8	Topaloğlu (2012)	299 Responden	Sampling Kuota	Para responden yang memiliki pengalaman belanja Internet	Turkey	<ul style="list-style-type: none"> • KMO test • Pearson correlation coefficient • Reliability analysis • Regression analysis
9	Khandelwal, Bajpai, dan Sharma (2012)	250	sampling Convenient	Para pelancong yang pernah menggunakan <i>website travel online</i>	India	<ul style="list-style-type: none"> • Uji Validitas • Uji Reliabilitas • Uji Regresi
10	Avcilar dan Ozsoy (2015)	400	<i>Convenience sampling</i>	Para pengguna internet umur 18 tahun dengan pengalaman berbelanja <i>online</i>	Turkey	<ul style="list-style-type: none"> • Uji Validitas • Uji Reliabilitas • Uji SEM PLS

3.4.2 Sampel

Dijelaskan pada Sekaran dan Bougie⁷ sampel merupakan beberapa bagian atau potongan dari populasi. Berisikan dari beberapa anggota yang dipilih dari populasi. Berarti hanya beberapa saja dan tidak semua dari anggota populasi dapat membentuk sampel.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *nonprobability sampling* bahwa menurut Sekaran dan Bougie⁸ anggota-anggota dalam populasi tidak memiliki peluang yang sama pada mereka yang terpilih sebagai subyek sampel. Teknik yang diambil dari *nonprobability sampling* adalah teknik *purposive sampling* yang mana merupakan teknik menentukan sampel dengan terdapat pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang dimaksud peneliti adalah wanita dan pria muslim yang pernah mengunjungi *web* toko pakaian muslim daring di Indonesia. Wanita dan pria Muslim, dikarenakan acuan *religiusitas* pada referensi jurnal terdahulu merupakan *religiusitas* muslim. Menurut Hair Jr et al.⁹ perihal ukuran sampel, kebanyakan peneliti tidak akan melakukan analisis sampel kurang dari 50 pengamatan, ada baiknya jika ukuran sampel harus 100 atau lebih besar.

Adapun pada jumlah sampel pada penelitian ini adalah 200, yang mana menurut Hair Jr et al.¹⁰ ketika factor loading yang digunakan 0.40 maka ukuran sampel yang dibutuhkan adalah 200.

Tabel 3.2
Banyaknya Ukuran Sampel

<i>Factor Loading</i>	Banyaknya Ukuran Sampel
0.30	350
0.35	250
0.40	200

⁷ Sekaran Dan Bougie, *Op. Cit*

⁸ Sekaran Dan Bougie, *Ibid*

⁹ Hair Jr, J.F.; W.C. Black; B.J. Babin; Dan R.E. Anderson. "*Multivariate Data Analysis*". (Pearson Education. New Jersey) 2010.

¹⁰ Hair Jr *Et Al*, *Ibid*

0.45	150
0.50	120
0.55	100
0.60	85
0.65	70
0.70	60
0.75	50

Sumber: Hair Jr et al. (2010)

3.4.3 Sumber Data

1. Data Primer

Menurut Sekaran dan Bougie¹¹ dapat disebut data primer karena data yang diperoleh peneliti mengarah pada informasi yang didapatkan dari responden langsung yang berkaitan dengan variabel untuk tujuan penelitian. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini adalah melalui kuesioner. Dalam Sekaran dan Bougie¹² menjelaskan kuesioner merupakan daftar pernyataan atau pertanyaan secara tertulis yang telah disusun sebelumnya dan akan dijawab oleh responden, umumnya dalam pilihan-pilihan yang didefinisikan dengan jelas. Serta dalam penelitian ini kuesioner akan disebarakan kepada responden yang pernah mengunjungi *web* toko daring pakaian muslim. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara langsung bertemu dengan responden atau melalui internet.

3.5 Pengumpulan Data

Pada tahap pengumpulan data, peneliti berusaha untuk mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya yang mendukung bagi penelitian ini dari berbagai sumber maupun data itu adalah data primer ataupun sekunder. Sehingga terdapat beberapa teknik pengumpulan data dalam riset ini yaitu:

¹¹ Sekaran Dan Bougie, *Op. Cit*

¹² *Ibid*

3.5.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti diantaranya adalah:

1. Kuesioner

Pada Sekaran dan Bougie¹³ kuesioner merupakan daftar pernyataan atau pertanyaan secara tertulis yang telah disusun sebelumnya dan akan dijawab oleh responden, umumnya dalam pilihan-pilihan yang didefinisikan dengan jelas.

2. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan pengumpulan informasi dan data yang melalui literatur dan referensi buku-buku, jurnal-jurnal, serta literatur yang berkaitan dengan penelitian ini seperti penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan dan berkaitan dengan riset yang sedang dilakukan.

3.6 Operasional Variabel dan Skala

3.6.1 Operasional Variabel

Variabel merupakan salah satu komponen utama dalam sebuah penelitian maka itu sebelum masuk lebih mendalam ke bagian-bagian penelitian, diperlukan operasional variabel guna menentukan variabel, dimensi, indikator, dan skala yang terkait didalam penelitian ini. Adapun pengertian variabel dalam pandangan Sekaran dan Bougie¹⁴ adalah segala sesuatu yang bisa mengambil nilai-nilai yang berbeda-beda serta bervariasi. nilai-nilai tersebut bisa berbeda di berbagai waktu untuk objek atau orang yang sama, ataupun di waktu yang sama untuk objek yang berbeda atau orang. Dalam Sekaran dan Bougie¹⁵ menjelaskan ada beberapa variabel diantaranya : variabel bebas atau independen, variabel terikat atau dependen, variabel mediasi, variabel moderator. Tetapi pada penelitian ini peneliti hanya merumuskan dalam dua variabel diantaranya, variabel bebas atau independen) dan variabel terikat atau dependen. Adapun penjelasan dari kedua variabel tersebut sebagai berikut:

¹³ *Ibid*

¹⁴ *Ibid*

¹⁵ *Ibid*

- a. Variabel terikat (Dependen) merupakan variabel yang menjadi perhatian utama dalam penelitian. Fungsinya dalam penelitian yaitu untuk menggambarkan dan mengetahui variabel dependen, serta guna mengungkapkan variabilitas, atau memprediksi hal itu.
- b. Variabel bebas (Independen) merupakan variabel yang dapat mempengaruhi variabel dependen, mempengaruhi positif maupun negatif. Seperti pada saat variabel independen ada, variabel dependen juga ada dan memiliki keterkaitannya, dan juga ketika terjadi peningkatan beberapa satuan di variabel independen, maka terjadi juga perubahan terhadap variabel dependen.

Guna menyampaikan deskripsi yang gamblang tentang variabel maka itu diperlukannya operasional variabel. Pada operasional variable dapat dijelaskan tentang bagian-bagian yang lebih operasional, hal tersebut meliputi: variabel, konsep variabel, subvariabel, indikator, nomor item dan skala pengukuran. Bisa dipahami dalam tabel 3.3 berikut:

Tabel 3.3
Operasional Variabel

Variabel	Jurnal	Dimensi	Indikator	Penerapan
Religiosity	Alam, Mohd, dan Hisham (2011)		<ul style="list-style-type: none"> • <i>I regularly offer prayer five times a day.</i> • <i>I fast regularly in the month of Ramadhan.</i> • <i>I pay Zakat Fitrah every year if I meet the prescribed criteria.</i> • <i>I try to follow Islamic injunctions in all matters of my life.</i> • <i>I always keep myself away from earning through haram (prohibited) means.</i> • <i>I regularly recite the Holy Quran.</i> • <i>I always try to avoid minor and major sin.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Saya secara teratur shalat lima kali sehari • Saya puasa teratur di bulan Ramadhan. • Saya membayar Zakat Fitrah setiap tahun jika saya memenuhi kriteria yang ditentukan. • Saya mencoba untuk mengikuti ajaran-ajaran Islam dalam segala hal dari hidup saya. • Saya selalu menjaga diri dari penghasilan haram (terlarang). • Saya secara teratur membaca Al-Qur'an. • Saya selalu mencoba untuk menghindari dosa kecil dan besar.
Website	Fan, Yul Lee, dan In	Convenience	<ul style="list-style-type: none"> • <i>A first-time buyer can make a purchase from</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Ketika pertama kali, saya dapat melakukan

Quality	Kim (2013)		<p><i>this web site without much help</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>This web site is user-friendly</i> • <i>This web site is very convenient to use</i> 	<p>pembelian dari <i>web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai tanpa banyak bantuan</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai begitu ramah pengguna • <i>Web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai sangat nyaman untuk digunakan
		Contents	<ul style="list-style-type: none"> • <i>This web site provides me with useful contents</i> • <i>This web site provides me with valuable contents</i> • <i>This web site provides me with various contents</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai memberikan saya konten yang berguna • <i>Web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai memberikan saya konten yang berarti • <i>Web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai memberikan saya konten yang beragam
		Aesthetics	<ul style="list-style-type: none"> • <i>This web site design is attractive</i> • <i>Using this web site is pleasurable</i> • <i>I feel comfortable while using this web site</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Desain <i>web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai terkesan menarik • Menggunakan <i>web</i> toko pakaian muslim

			<p><i>online</i> yang saya sukai menyenangkan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saya merasa nyaman saat menggunakan <i>web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai
	Interactivity	<ul style="list-style-type: none"> • <i>This web site has a search tool that enables me to locate products</i> • <i>This web site does not have a tool that makes product comparisons easy</i> • <i>I feel that this is a very engaging web site</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai memiliki alat pencarian untuk menemukan produk • <i>Web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai memiliki alat pencarian untuk menemukan produk • Saya merasa bahwa <i>web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai sangat menarik
	Customization	<ul style="list-style-type: none"> • <i>This web site makes purchase recommendations that match my needs</i> • <i>The advertisements and promotions that this web site sends to me are tailored to my</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai memberikan rekomendasi pembelian yang sesuai dengan kebutuhan saya • <i>web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya

			<p><i>situation</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>This web site makes me feel that I am a unique customer</i> 	<p>sukai mengirimkan iklan dan promosi yang sesuai dengan situasi saya</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Web toko pakaian muslim online</i> yang saya sukai membuat saya merasa seorang pelanggan yang unik
	Hsu, Chang, dan Chen (2012)	Information Quality	<ul style="list-style-type: none"> • <i>The travel agency's website produces the most current information.</i> • <i>The travel agency's website provides me with all the information I need.</i> • <i>The information provided by the travel agency's website is accurate.</i> • <i>In general, the travel agency's website provides me with high-quality information.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Web toko pakaian muslim online</i> yang saya sukai menghasilkan info koleksi pakaian terkini • <i>Web toko pakaian muslim online</i> yang saya sukai menyajikan info koleksi pakaian yang saya butuhkan • Informasi yang diberikan oleh <i>web toko pakaian muslim online</i> yang saya sukai adalah akurat. • <i>Web toko pakaian muslim online</i> yang saya sukai menyajikan informasi berkualitas tinggi

		System Quality	<ul style="list-style-type: none"> • <i>The travel agency's website enables me to get on to it quickly.</i> • <i>The travel agency's website performs reliably.</i> • <i>The travel agency's website can be adapted to meet a variety of needs.</i> • <i>In terms of system quality, I would rate the travel agency's website highly.</i> • <i>The travel agency's website makes it easy to get anywhere on the site.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Web toko pakaian muslim online yang saya sukai memungkinkan saya untuk mendapatkan produk dengan cepat.</i> • <i>Kinerja web toko pakaian muslim online yang saya sukai dapat diandalkan.</i> • <i>Web toko pakaian muslim online yang saya sukai dapat disesuaikan untuk memenuhi berbagai kebutuhan.</i> • <i>Dalam hal kualitas sistem, saya menilai web toko pakaian muslim online yang saya sukai adalah baik</i> • <i>Web toko pakaian muslim online yang saya sukai memudahkan saya untuk mendapatkan di mana saja pada website tersebut.</i>
--	--	----------------	--	---

		Service Quality	<ul style="list-style-type: none"> • <i>The travel agency's website is prompt in responding to my queries.</i> • <i>I can speak with a representative at the travel agency's website in case I have problems with my account.</i> • <i>When I access my account I feel secure, the travel agency's website instills confidence.</i> • <i>The travel agency's website understands the needs of their customers.</i> • <i>The travel agency's website delivers the service exactly as promised.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Web toko pakaian muslim online yang saya sukai, cepat dalam menanggapi pertanyaan saya</i> • <i>Saya dapat berbicara dengan perwakilan di web toko pakaian muslim online, mengenai permasalahan layanan</i> • <i>Saya merasa aman ketika mengakses akun saya. Web toko pakaian muslim online yang saya sukai menanamkan kepercayaan.</i> • <i>Web toko online pakaian muslim yang saya sukai memahami kebutuhan para pelanggan.</i> • <i>Web toko online pakaian muslim yang saya sukai memberikan layanan persis seperti yang dijanjikan.</i>
Utilitarian	Chiu et al. (2012)		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Using the Yahoo!Kimo shopping mall is a convenient way to shop.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Menggunakan web toko pakaian muslim online yang saya sukai adalah cara yang</i>

		<ul style="list-style-type: none"> • <i>I can use the Yahoo!Kimo shopping mall to shop anywhere and anytime.</i> • <i>I thought that the Yahoo!Kimo shopping mall provided detailed information about the products featured.</i> • <i>The product information provided by the Yahoo!Kimo shopping mall is upto- date.</i> • <i>This web site provided a variety of product offerings.</i> 	<p>nyaman untuk berbelanja.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Melalui <i>web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai, saya dapat berbelanja di mana saja dan kapan saja • Saya pikir bahwa <i>web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai, memberikan informasi rinci tentang produk yang ditampilkan. • Informasi produk yang disajikan oleh <i>web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai selalu terbaru • <i>Web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai menyediakan berbagai penawaran produk
	Kim et al. (2012)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>I tend to visit Internet shopping sites only when I have something I need to buy</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Saya cenderung mengunjungi situs <i>web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai,

		<ul style="list-style-type: none"> • <i>When Internet shopping online, I tend to look only for products that I need/want</i> • <i>Internet shopping enables quick shopping</i> • <i>Internet shopping enables easy shopping</i> 	<p>hanya ketika saya membutuhkan sesuatu yang perlu dibeli</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ketika berbelanja di <i>web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai, saya cenderung melihat hanya untuk produk yang saya butuhkan/inginkan • Melalui <i>web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai, saya dapat berbelanja dengan cepat • Melalui <i>web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai, saya mudah berbelanja
Hedonic	Chiu et al. (2012)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>To me, shopping at the Yahoo! Kimo shopping mall is a way of relieving stress.</i> • <i>I enjoy shopping at the Yahoo! Kimo shopping mall for my friends and family.</i> • <i>I think that purchasing products from Yahoo! Kimo shopping mall is interesting.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Bagi saya, berbelanja di <i>web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai adalah cara untuk melepaskan stres. • Saya menikmati berbelanja di <i>web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai

				<ul style="list-style-type: none"> • Saya berpikir bahwa membeli produk dari <i>web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai adalah menarik.
	Kim et al. (2012)		<ul style="list-style-type: none"> • <i>To me, Internet shopping is very pleasant/fun</i> • <i>Internet shopping makes me feel as though I have escaped from daily life</i> • <i>I lose track of time when I shop online</i> • <i>I get excited when I choose from products offered in Internet shopping sites</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Bagi saya, berbelanja di <i>web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai sangat menyenangkan • Berbelanja di <i>web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai, membuat saya merasa seperti bebas dari aktivitas sehari-hari • Saya lupa waktu ketika saya berbelanja <i>online</i> pada <i>web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai • Saya merasa senang ketika saya memilih dari produk yang ditawarkan di <i>web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai
Purchase	Hsu, Chang, dan Chen		<ul style="list-style-type: none"> • <i>It is likely that I will transact with this travel</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Dalam waktu dekat, saya mungkin akan

Intention	(2012)		<p><i>agency's website in the near future.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Given the chance, I intend to use this travel agency's website.</i> • <i>Given the chance, I predict that I should use this travel agency's website in the near future.</i> 	<p>bertransaksi di <i>web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jika diberi kesempatan, saya berniat untuk menggunakan <i>web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> • Jika diberi kesempatan, saya memprediksi bahwa saya harus menggunakan <i>web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai dalam waktu dekat.
	Poddar, Donthu, dan Wei (2009)		<ul style="list-style-type: none"> • <i>It is likely that I will purchase through this site in the near future.</i> • <i>I expect to purchase through this site in the near future.</i> • <i>I intend to purchase through this site in the near future.</i> • <i>I will definitely buy products from this site in the near future.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Sangat mungkin bahwa saya akan membeli melalui <i>web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai dalam waktu dekat. • Saya berharap untuk membeli melalui <i>web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai dalam waktu dekat. • Saya berniat untuk berbelanja melalui <i>web</i>

				<p>toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai dalam waktu dekat.</p> <ul style="list-style-type: none">• Saya pasti akan membeli produk dari <i>web</i> toko pakaian muslim <i>online</i> yang saya sukai dalam waktu dekat
--	--	--	--	--

3.6.2 Skala

Sekaran dan Bougie¹⁶ skala adalah alat atau mekanisme dimana satuan atau seseorang dibedakan sehingga berbeda antara satu sama lain pada variabel untuk penelitian. Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala ordinal yang mana menurut Sekaran dan Bougie¹⁷ selain mengategorikan variabel sedemikian rupa guna menunjukkan perbedaan antara berbagai kategori, juga peringkat-perintah kategori dalam beberapa cara yang berarti. Dengan variabel dimana kategori yang akan diperintahkan menurut beberapa preferensi, skala ordinal yang akan digunakan.

Skala *likert* digunakan oleh peneliti, yang mana dijelaskan oleh Riduwan dan Kuncoro¹⁸ Skala Likert digunakan untuk mengukur pendapatan, sikap dan persepsi seseorang atau sekelompok mengenai fenomena sosial. Adapun menurut Sekaran dan Bougie¹⁹ skala likert dirancang guna memastikan dan memeriksa seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada lima titik.

Pada riset ini jawaban yang digunakan adalah dari sangat setuju (SS), setuju (S), Netral (N), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS). Skala pengukuran atau nilai pengukuran dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.4
Skala Pengukuran

Sangat Setuju (SS)	Skor 5
Setuju (S)	Skor 4
Netral (N)	Skor 3
Tidak Setuju (TS)	Skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	Skor 1

Sumber : Sekaran dan Bougie (2010)

¹⁶ Sekaran Dan Bougie, *op. cit*

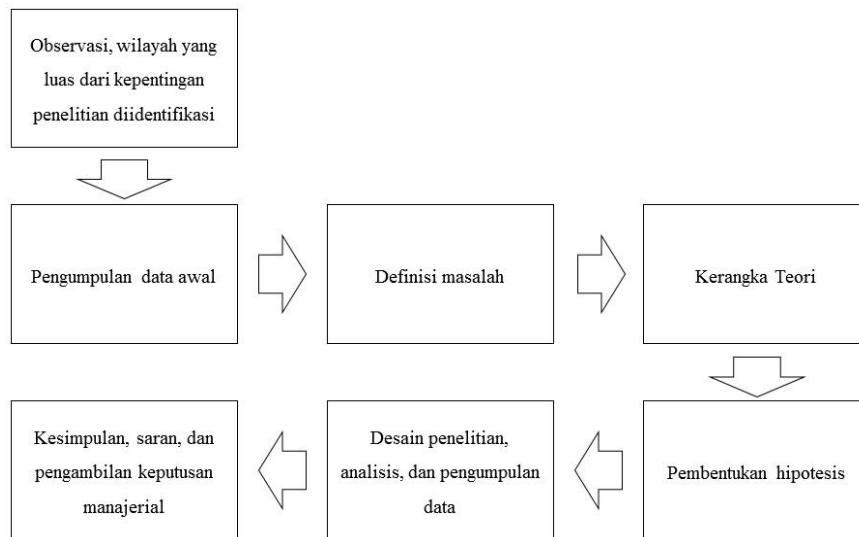
¹⁷ *Ibid*

¹⁸ Riduwan Dan E.A. Kuncoro. "Cara Menggunakan Dan Memaknai Path Analysis". (Alfabeta. Bandung) 2011.

¹⁹ Sekaran Dan Bougie, *loc. cit*

3.7 Tahapan Penelitian

Adapun pada penelitian ini memiliki beberapa tahapan yang bisa dicermati pada gambar 3.1.



Gambar 3.1

Tahapan Penelitian

Sumber : Sekaran dan Bougie (2010)

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Adapun dari pandangan Zikmund et al.²⁰ analisis deskriptif adalah transformasi dasar dari data mentah dengan cara yang menggambarkan karakteristik dasar seperti tendensi sentral, distribusi, dan variabilitas. Digunakannya analisis deskriptif dalam penelitian ini guna menelusuri tanggapan responden tentang *religiusitas*, *kualitas web*, *utilitarian shopping value*, *hedonic shopping value*, dan niat membeli dari *web* daring busana muslim. Maka dari jawaban-jawaban tersebut

²⁰ Zikmund, W.G.; B.J. Babin; J.C. Carr; Dan M. Griffin. “*Business Research Methods*”. (South-Western. Canada) 2010.

dirumuskan kriteria penilai untuk masing-masing pernyataan menurut persentase dengan cara-cara pada Arikunto²¹ (2010):

1. Skor kumulatif merupakan penjumlahan dari setiap pernyataan jawaban kuesioner dari setiap responden
2. Persentase merupakan nilai kumulatif pernyataan dibagi dengan nilai frekuensi dikalikan 100%
3. Menghitung skor kumulatif terbesar dan terkecil. Banyaknya responden yaitu 200 sampel dan nilai skala pengukuran terbesar adalah 5 dan nilai skala pengukuran terkecil adalah 1. Jadi jumlah kumulatif terbesar adalah $200 \times 5 = 1000$ dan jumlah kumulatif terkecil adalah $200 \times 1 = 200$
4. Menentukan skor persentase terbesar dan terkecil
 Nilai persentase terbesar : $1000/1000 \times 100\% = 100\%$
 Nilai persentase terkecil : $200/1000 \times 100\% = 20\%$
5. Menghitung nilai rentang yaitu $100\% - 20\% = 80\%$ kemudian dibagi 5 sebagai skala tertinggi, sehingga skor interval persentase yaitu 16%

Dari hasil perhitungan tersebut dapat diketahui klasifikasi persentase skor sebagai berikut:

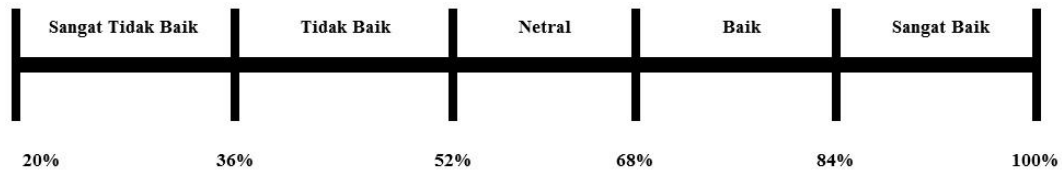
Tabel 3.5
Kategori skor jawaban

No	Persentase	Kategori
1	20% - 36%	Sangat Tidak Baik
2	>36% - 52%	Tidak Baik
3	>52% - 68%	Netral
4	>68% - 84%	Baik
5	>84% - 100%	Sangat Baik

Sumber : Arikunto (2010)

²¹ Arikunto, S. "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi 2010". (Pt Rineka Cipta. Jakarta) 2010.

Bila ditampilkan dalam bentuk garis kontinum dapat dilihat seperti gambar dibawah ini, berikut:



Gambar 3.2
Garis Kontinum

3.8.2 Uji Validitas

Menurut Dantes²² bahwa validitas penelitian merupakan kemampuan guna mengungkapkan dengan tepat mengenai apa yang ingin diteliti dalam sebuah penelitian. Diperkuat juga oleh Sekaran dan Bougie²³ bahwa validitas merupakan bukti suatu teknik, instrument, serta proses yang digunakan untuk mengukur konsep memang dapat mengukur konsep yang dimaksudkan.

Begitu juga pada Hair Jr et al.²⁴ adalah sejauh mana skala atau mengatur pengukuran secara akurat mewakili konsep yang menarik. Begitu juga menurut Malhotra²⁵ validitas bertujuan untuk mengkonfirmasi korelasi yang signifikan antara korelasi antar variabel. Adapun *factor analysis* digunakan sebagai penentu kriteria uji validitas dan melihat korelasi dalam validitas. Menurut Hair Jr et al.²⁶ *factor analysis* adalah teknik saling ketergantungan, yang tujuan utamanya adalah untuk menentukan struktur yang mendasari antara variabel-variabel dalam analisis.

Malhotra²⁷ juga mendefinisikan bahwa analisis faktor merupakan istilah umum yang menerangkan cara-cara penggolongan khususnya digunakan ketika mereduksi dan meringkas suatu data. Pada riset terutama riset pemasaran, mungkin

²² Dantes, N. "Metode Penelitian". (Andi. Yogyakarta) 2012.

²³ Sekaran Dan Bougie, *op. cit*

²⁴ Hair Jr Et Al, *op. cit*

²⁵ Malhotra, N.K. "Marketing Research Sixth Edition". (Pearson Education. New Jersey) 2010.

²⁶ Hair Jr Et Al, *loc. cit*

²⁷ Malhotra, N.K, *op. cit*

ada banyak variabel, yang sebagian besar berhubungan antara satu dengan lainnya sehingga harus dikurangi ke tingkat yang dapat diatur. Hubungan antara kumpulan variabel yang saling terkait satu dengan lainnya akan diuji serta diwakili kedalam beberapa faktor yang mendasari. Oleh karena itu *factor analysis* digunakan pada penelitian ini dan faktor analisis yang peneliti gunakan adalah *exploratory factor analysis* (EFA). EFA juga dapat menjabarkan faktor-faktor yang menjelaskan korelasi antar variabel, dengan factor loading yang mewakili setiap variabelnya. Pada faktor analisis, jika nilai dari faktor analisis suatu pernyataan dalam kuesioner bernilai kurang dari $< 0,40$ dapat dibilang pernyataan tersebut harus direduksi atau diperbaiki. Tetapi jika nilai faktor analisis tersebut melebihi dari $>0,40$ dapat dibilang pernyataan tersebut aman dan dapat digunakan.

3.8.3 Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran dan Bougie²⁸ keandalan reliabilitas menunjukkan sejauh mana data itu bebas kesalahan atau terpercaya dan oleh karena itu memastikan pengukuran yang konsisten sepanjang waktu serta pada berbagai hal atau pokok dalam suatu instrumen. Dari teori diatas bahwa penelitian yang memiliki nilai pengukuran reliabilitas tinggi maka pengukuran pada penelitian dapat disebut sebagai pengukuran terandalkan (*reliable*). Maka kegunaan reliabilitas yaitu seberapa jauh hasil pengukuran terandalkan serta terpercaya bagi penelitian. Banyak rumus yang dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas diantaranya adalah rumus *spearman brown*.

Suatu penelitian dikatakan dapat masuk atau memiliki tingkatan reliabilitas yang memadai jika *cronbach's alpha* bernilai lebih besar atau sama dengan 0,60 Sunjoyo et al.²⁹

²⁸ Sekaran Dan Bougie, *op. cit*

²⁹ Sunjoyo; R. Setiawan; V. Carolina; N. Magdalena; dan A. Kurniawan. "*Aplikasi Spss Untuk Smart Riset*". (Alfabeta. Bandung) 2013.

3.8.4 Uji Hipotesis

3.8.4.1 *Structural Equation Modeling (SEM)*

Dalam penjelasan Santoso³⁰ bahwa Structural Equation Modelling (SEM) adalah analisis statistik yang merupakan perpaduan gabungan dari analisis faktor dan regresi. Serta pada Dachlan³¹ menyatakan bahwa Structural Equation Modelling (SEM) merupakan salah satu teknik analisis multivariat yang umumnya digunakan untuk menguji teori-teori mengenai beberapa variabel secara simultan.

Pada Indrawati³² memaparkan model persamaan struktural SEM terdapat dua kelompok, yaitu covariance based matrix structural equation modeling dan variance based matrix structural equation modeling. covariance based matrix structural equation modeling lebih ditujukan untuk menjelaskan hubungan antara items dalam variabel-variabel dan mengkonfirmasi model. covariance based matrix structural equation modeling juga lebih memfokuskan pada bagaimana suatu structural model cocok (fit) dengan hasil observasi dan memberikan penjelasan. Adapun Analisis statistik yang termasuk dalam covariance based matrix structural equation modeling adalah lisrel dan amos.

Serta dalam Indrawati³³ juga menjelaskan variance based matrix structural equation modeling lebih ditujukan untuk melakukan prediksi dari hubungan konstruk atau variabel independen dan dependen dalam suatu model. Adapun pada penelitian ini, peneliti menggunakan software Amos.

Adapun berikut ini adalah persyaratan umum SEM pada Sarwono³⁴:

1. Variabel, menggunakan variabel metrik (kuantitatif/numerik). Terdapat variabel yang diobservasi/manifes/indikator/referensi dan variabel yang tidak terobservasi secara langsung/variabel laten/konstruk/faktor/gejala abstrak.

³⁰ Santoso, S. "*Amos 2.0 Untuk Structural Equation Model Konsep Dasar Dan Aplikasi*". (Pt Elex Media Komputindo. Jakarta) 2015.

³¹ Dachlan, U. "*Panduan Lengkap Structural Equation Modeling*". (Lentera Ilmu. Surabaya) 2014.

³² Indrawati. "*Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi Dan Informasi (Cetakan Kesatu)*". (Pt. Refika Aditama. Bandung) 2015.

³³ Indrawati, *Ibid*

³⁴ Sarwono, J. "*Statistik Multivariat Aplikasi Untuk Riset Skripsi*". (C.V Andi Offset. Yogyakarta) 2012.

2. Hubungan antara variabel, terdapat variabel yang memengaruhi (variabel eksogenus) dan variabel yang dipengaruhi (variabel endogenus).
3. Data Interval, ada baiknya jika SEM menggunakan data interval. Menggunakan jenis data ordinal ataupun nominal hanya membuat kecil koefisien matriks korelasi yang digunakan pada pengolahan SEM.
4. Ukuran sampel, Dalam SEM jumlah sampel harus besar dikarenakan pada saat pengolahan data bergantung dan berkaitan pada pengujian-pengujian yang cukup sensitif terhadap ukuran sampel serta kekuatan perbedaan-perbedaan matriks kovarians.

3.8.4.2 Uji Kesesuaian Model

Pada pandangan Sanusi³⁵ ada beberapa uji model dalam SEM dan terdiri dari tiga bagian, di antaranya:

1. Absolute Fit Indices
2. Incremental Fit Indices
3. Parsimony Fit Indices

Dijelaskan Absolute fit indices adalah uji model yang mendasar dalam SEM dengan cara mengukur model fit secara keseluruhan mulai dari model structural sampai model pengukuran secara bersamaan. Khususnya bagi ukuran perbandingan model yang diajukan dengan model lain adalah incremental fit indices. Ketika sedang adjustment terhadap pengukuran fit agar bisa perbandingan antar model penelitian disebut parsimony fit indices. Dapat dilihat beberapa indeks uji kesesuaian model dalam SEM, diantaranya:

1. Chi-Square (CMIN)

Chi-square adalah suatu alat ukur mendasar guna mengukur overall fit. Umumnya chi-square bersifat sangat sensitif terhadap banyaknya sampel pada riset. Jika banyaknya sampel yang digunakan terbilang besar sebanyak lebih dari 200

³⁵ Sanusi, *Ibid*

sampel, maka mengharuskan chi-square untuk didampingi oleh alat uji lainnya Hair Jr et al.³⁶. Chi-square dikatakan baik atau memadai jika nilai chi-square rendah. Semakin rendah atau kecil chi-square maka model itu baik, sehingga dapat diterima berdasarkan probabilitas (p) dengan nilai cut off yaitu $p > 0,05$.

Jika sampel penelitian terlalu kecil (kurang dari 50) ataupun sampel terlalu besar akan sangat mempengaruhi chi-square. Maka itu rentang penggunaan di chi-square dapat sesuai jika ukuran sampel diantara 100 sampai 200. Akan tetapi jika ukuran diluar besaran itu, uji signifikansi menjadi kurang andal, sehingga pengujian diperlukan pelengkap dengan alat uji lainnya.

2. CMIN/DF

Pada CMIN/DF didapat dari statistic chi-square (CMIN) yang dibagi dengan Degree of Freedom (DF) dan merupakan salah satu indikator guna mengukur tingkat fit suatu model. Dalam CMIN/DF diharapkan nilai sebesar $< 3,00$ sehingga menyatakan adanya penerimaan dari model.

3. Comparative Fit Index (CFI)

Pada indeks ini tidak terpengaruhi oleh ukuran sampel sehingga sangat baik guna mengukur tingkat penerimaan suatu model Hair Jr et al.³⁷. Ukuran indeks CFI bernilai pada rentang 0 – 1, bahwa jika semakin mendekati 1 maka menunjukkan tingkat penerimaan model yang paling tinggi. Pada CFI diharapkan nilai berkisar $> 0,95$. Dianjurkannya penggunaan TLI dan CFI dikarenakan kedua indeks ini relatif tidak sensitif terhadap banyaknya sampel serta tidak terlalu dipengaruhi oleh kerumitan model.

4. The Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)

Menggunakan indeks RMSEA adalah guna kompetensi statistik chi-square dalam ukuran sampel besar. RMSEA menerangkan goodness of fit yang dapat diharapkan

³⁶ Hair Jr et al, *op. cit*

³⁷ *Ibid*

jika model diestimasi pada populasi Hair Jr et al.³⁸. Kriteria diterimanya model RMSEA jika nilai yang didapati lebih kecil ataupun sama dengan 0,05.

Tabel 3.6
Goodness of Fit Indices

Goodness of Fit Indices	Cut-off Value
Probabilitas	>0,05
CMIN/DF	<2,00
RMSEA	<0,08
<i>Comparative Fit Index</i>	>0,95

Sumber :Sanusi (2011)

³⁸ *Ibid*