

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

1. Objek Penelitian

Pada penelitian yang akan dilakukan, objek yang dipilih yaitu aplikasi shopee. Shopee merupakan aplikasi belanja berbasis jaringan internet yang memudahkan masyarakat untuk melakukan aktivitas jual beli.

2. Tempat Penelitian

Lokasi yang dipilih dalam pelaksanaan penelitian ini adalah wilayah DKI Jakarta kecuali Kepulauan Seribu. Pemilihan lokasi tersebut atas pertimbangan bahwa sebagian besar pengguna aplikasi belanja dari Shopee berasal dari wilayah Jakarta.

3. Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Mei 2019 sampai dengan penelitian ini mencapai hasil yang diinginkan.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif (Sugiyono, 2016:14) merupakan suatu metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti populasi maupun sampel tertentu, di mana teknik pengambilan sampel

umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data dilakukan dengan instrumen penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Desain penelitian yang akan digunakan adalah penelitian eksploratif. Malhotra (2010:235) menjelaskan penelitian eksploratif sebagai penelitian untuk mencari masalah atau situasi untuk mendapatkan wawasan dan pemahaman. Riset eksploratif dapat dimanfaatkan untuk salah satu maksud berikut ini:

1. Memformulasikan masalah atau mendefinisikan masalah dengan lebih tepat
2. Mengidentifikasi alternatif rangkaian tindakan
3. Mengembangkan hipotesis
4. Memisahkan variable dan hubungan kunci untuk pengujian lebih lanjut
5. Mendapatkan wawasan untuk mengembangkan pendekatan terhadap masalah
6. Membuat prioritas untuk riset lebih lanjut.

Penelitian ini akan menguji tiga jenis variabel yaitu variabel bebas, variabel terikat, dan variabel mediasi (*intervening*). Penelitian ini melakukan uji hipotesis yang telah dirumuskan serta pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian adalah kualitas *website* (*website quality*) dan kepercayaan (*trust*). Untuk variabel terikat yang digunakan adalah kepuasan pelanggan (*customer*

satisfaction). dan variabel mediasi minat pembelian ulang (*repurchase intention*)

C. Operasional Variabel Penelitian

Tabel II.2 Tabel Hipotesis

Variabel	Dimensi	Indikator
1. Kualitas Website (X1)	Kemudahan	1. Kemudahan dalam menggunakan situs 2. Format informasi yang disediakan sesuai
	Informasi	3. Informasi yang tersedia detail dan mudah dipahami 4. Informasi yang diberikan tepat dan terpercaya
	Keamanan	5. Situs memberikan rasa aman dalam melakukan transaksi 6. Situs menjamin keamanan terhadap data pribadi pengguna
	Kenyamanan	7. Desain sesuai dengan jenis situs 8. Situs memiliki reputasi baik
	Kualitas Pelayanan	9. Pengguna yakin bahwa produk yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan 10. Situs menciptakan pengalaman positif bagi pengguna
Kepercayaan (X2)	Harapan Konsumen	11. Kepercayaan terhadap kinerja memenuhi harapan 12. Kepercayaan terhadap kinerja yang baik dan berkualitas 13. Kepercayaan memenuhi kebutuhan konsumen

	Kualitas Layanan	14. Kepercayaan menangani pelanggan dengan baik 15. Kepercayaan kinerja situs dalam memberikan efisien waktu dan biaya
Kepuasan Pelanggan (Y)	Pengambilan Keputusan	16. Pemilihan yang bijak 17. Sangat dapat diandalkan 18. Dapat memuaskan kebutuhan
	Pasar yang kompetitif	19. Aplikasi lebih baik dari yang lainnya 20. Puas dengan aplikasi dibandingkan yang lainnya
Minat Pembelian Ulang (Z)	Keinginan	21. Melanjutkan pembelian
	Keyakinan	22. Melanjutkan transaksi setidaknya pda jumlah yang sama 23. Melakukan pembelian dengan ketentuan yang sama 24. Melanjutkan transaksi setidaknya pada produk yang sama
	Word Of Mouth	25. Merekomendasikan aplikasi pada keluarga, kerabat dan orang lain

Sumber : Diolah oleh Peneliti (2019)

D. Metode Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Hal utama yang dapat mempengaruhi kualitas data hasil penelitian yaitu kualitas instrument penelitian, dan kualitas pengumpulan data. Instrument yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya, belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel, apabila instrument tersebut tidak dapat digunakan secara tepat dalam pengambilan datanya.

Berdasarkan sumber data yang akan digunakan, peneliti memilih sumber primer yang merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2016, p. 223). Selanjutnya, bila dilihat dari segi cara atau Teknik pengumpulan data yang tersedia, maka peneliti akan menggunakan teknik kuesioner/angket. Cristensen dalam Sugiyono (2016, p. 230) mengatakan, kuesioner merupakan instrument pengumpulan data, di mana partisipan atau responden mengisi pertanyaan maupun pernyataan yang diberikan oleh peneliti. Peneliti dapat menggunakan kuesioner untuk memperoleh data yang terkait dengan pemikiran, perasaan, sikap, kepercayaan nilai, persepsi, kepribadian dan perilaku dari responden. Dengan demikian, peneliti dapat melakukan pengukuran karakteristik dengan menggunakan kuesioner.

2. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan untuk penelitian yang dilakukan yaitu skala *likert*. Malhotra (2010:298) dalam bukunya menjelaskan skala *likert* sebagai skala pemeringkatan terperinci yang digunakan secara luas di mana responden diminta untuk menandai derajat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan mengenai objek stimulus.

Umumnya masing-masing *item scale* mempunyai lima kategori, yaitu berkisar antara “sangat tidak setuju” yang ditandai dengan angka 1 sampai dengan “sangat setuju” yang ditandai dengan angka 5. Pada penelitian ini, nilai pada tiap *item scale* yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

- 1 = Sangat tidak setuju
- 2 = Agak Tidak setuju
- 3 = Netral
- 4 = Agak setuju
- 5 = Sangat Setuju

E. Teknik Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sukardi (2010:53) menyatakan populasi adalah semua kelompok manusia, binatang, peristiwa, atau benda yang tinggal

bersama dalam satu tempat dan secara terencana menjadi target kesimpulan dari hasil akhir suatu penelitian.

Pendapat tersebut serupa dengan Sugiyono (2016:117) yang mengatakan populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam kasus pengguna aplikasi belanja daring Shopee, peneliti akan menggunakan teknik populasi tidak terhingga (*infinite population*). Nazir (2009:271) menjelaskan bahwa populasi tidak terhingga merupakan populasi yang memiliki jumlah individu yang tidak tetap dalam suatu kelompok, ataupun memiliki jumlah yang tidak terbatas. Oleh karena itu, luas populasi bersifat tidak terhingga dan hanya dapat dijelaskan secara kualitatif.

Alasan peneliti dalam pemilihan teknik populasi tersebut karena jumlah pengguna shopee yang melakukan kunjungan dan transaksi jual beli pada aplikasi tersebut tidak dapat ditentukan setiap harinya dan cenderung tidak terbatas.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila peneliti melakukan penelitian terhadap populasi yang besar, sementara peneliti tersebut memiliki keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti menggunakan

teknik sampel. Sehingga sampel yang diambil dapat mewakili dari populasi yang telah ditentukan. (Sugiyono, 2016:149)

Jumlah sampel yang akan diambil pada penelitian ini mengacu pada persyaratan ukuran yang dijelaskan oleh Malhotra (2010:731). Beliau menjelaskan, jika estimasi *Maximum Likelihood* (MLE) digunakan, ukuran sampel yang digunakan umumnya sekitar 200 – 400 subjek. Lebih lanjut, Malhotra menjelaskan untuk model SEM dengan 5 kali jumlah parameter dengan lebih dari 3 variabel terukur, maka ukuran sampel yang digunakan setidaknya berjumlah 200. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka peneliti menetapkan jumlah sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah 200 sampel.

Untuk teknik pengambilan yang akan digunakan adalah teknik *non-probability purposive sampling*. Dalam pemahamannya, Sugiyono (2016:154) menjelaskan *non-probability* sebagai Teknik pengambilan sampel di mana setiap unsur atau anggota populasi yang akan dipilih sebagai sampel tidak mendapatkan peluang/kesempatan sama. *Purposive sampling* adalah cara pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian tersebut. Ciri atau kriteria yang ditetapkan untuk penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Responden setidaknya telah melakukan transaksi jual beli pada aplikasi Shopee lebih dari 2 kali.

2. Responden merupakan pengguna aplikasi Shopee yang telah memahami cara kerja dari aplikasi tersebut.
3. Responden mengetahui apa saja kelebihan maupun kekurangan selama menggunakan aplikasi Shopee

F. Metode Analisis

Metode analisis dilakukan guna menginterpretasi dan menarik kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan. Untuk melakukan pengolahan dan analisis data, peneliti menggunakan aplikasi perangkat lunak SEM yaitu SPSS Statistics 24.0 dan SPSS AMOS 24.0.

1. Structural Equation Modelling (SEM)

Ghozali (2017:3) berpendapat, SEM adalah sebuah evolusi dari persamaan berganda yang dikembangkan dari prinsip ekonometri dan digabungkan dengan prinsip pengaturan dari psikologi dan sosiologi. SEM terdiri dari 2 bagian yaitu bagian pertama model variabel laten mengadaptasi persamaan simultan pada ekonometri, dan bagian kedua model pengukuran yang menggambarkan beberapa variabel terukur sebagai efek atau refleksi dari variabel laten.

Maholtra (2010, p. 692) menjelaskan SEM sebagai prosedur untuk memperkirakan serangkaian hubungan pada setiap konsep atau konstruk yang disajikan dengan pengukuran variable berganda dan menggabungkannya menjadi model yang terpadu.

Dalam pemahamannya, Malhotra berpendapat terdapat beberapa alat ukur statistik yang dapat digunakan dalam SEM adalah sebagai berikut:

- a. *Absolute fit indices*: menghitung secara keseluruhan terhadap *goodness of fit* atau *badness of fit* terhadap model pengukuran dan model struktural. Semakin besar nilai dari *goodness of fit* dan semakin kecil nilai *badness of fit* menandakan fit yang lebih baik.
- b. *Incremental fit indices*: perhitungan ini menilai seberapa baik model fit yang diajukan peneliti bila dibandingkan dengan beberapa model alternatif.
- c. *Parsimony fit indices*: digunakan untuk menilai fit yang berhubungan dengan sebuah model dan berguna dalam evaluasi perbandingan terhadap model pesaing.

2. Kriteria Goodness-of-Fit

Sanusi (2011:176) menyebutkan bahwa langkah pertama yang dilakukan dalam evaluasi model yang sudah dihasilkan dalam analisis SEM adalah memperhatikan asumsi yang terpenuhi dalam SEM, Misalnya:

1. Ukuran sampel sesuai dengan yang disyaratkan
2. Normalitas dan linearitas data yang digunakan
3. Kemungkinan adanya *outlier* yang ekstrim
4. Kemungkinan terjadinya kombinasi linear dari variabel yang dianalisis

Apabila asumsi di atas terpeuhi, setelah itu dapat dilakukan uji kesesuaian dan uji statistik. Ferdinand dalam Sanusi telah merangkum pendapat para ahli mengenai kriteria yang dapat dijadikan pedoman dalam melakukan uji kesesuaian yang dikenal dengan “*Goodness-of-Fit Indices*” seperti yang ditunjukkan pada Tabel III.5.

Tabel III.5 *Goodness-of-fit indices*

Goodness-of-Fit	Cut-off Value
χ^2 -Chi-square	Diharapkan kecil
Significance Probability	$\geq 0,05$
RMSEA	$\leq 0,08$
GFI	$\geq 0,90$
AGFI	$\geq 0,90$
CMIN/DF	$\leq 2,00$
TLI	$\geq 0,95$
CFI	$\geq 0,95$

Sumber: Sanusi, 2011

- a. **χ^2 -Chi-Square.** Nilai Chi-square digunakan untuk mengukur *overall fit* sebuah model. Model akan dipandang baik apabila nilai dari Chi-square kecil. Semakin kecil nilai tersebut, maka semakin baik sebuah model. Uji beda Chi-square diharapkan menerima hipotesis nol dengan *significance probability* $\geq 0,05$.
- b. **The Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA).** Kriteria RMSEA digunakan untuk mengompensasi Chi-square karena χ^2 -Chi-square sangat sensitif terhadap ukuran sampel. Nilai RMSEA $\leq 0,08$ direkomendasikan sebagai pernyataan bahwa model dapat diterima.
- c. **Goodness-of-Fit Index (GFI).** Digunakan untuk menghitung proporsi tertimbang dari varian dalam matriks kovarian sampel

yang dijelaskan oleh matriks kovarian populasi yang diestimasi dengan rentang nilai antara 0 hingga 1. Semakin mendekati satu nilai GFI ($\geq 0,90$) maka model yang digunakan semakin baik.

- d. **Adjusted Goodness-of-Fit Index (AGFI)**. Merupakan penyesuaian dari GFI terhadap *degree of freedom* (df). Nilai $AGFI \geq 0,90$ direkomendasikan bagi model yang diterima.
- e. **The Minimum Sample Discrepancy Function/Degree of Freedom (CMIN/DF)**. Merupakan nilai dibagi dengan *degree of freedom*-nya. Nilai $CMIN/DF \leq 2,00$ menunjukkan model sesuai.
- f. **Tucker Lewis Index (TLI)**. Digunakan dengan membandingkan antara model yang diuji dengan *baseline* model. Nilai $TLI \geq 0,95$ direkomendasikan untuk menerima model yang diuji.
- g. **Comparative Fit Index (CFI)**. Index ini tidak dipengaruhi oleh besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian. Program AMOS menyediakan fasilitas index ini sebagai salah satu kriteria dalam evaluasi sebuah model. Nilai $CFI \geq 0,95$ menunjukkan model yang baik bahkan jika mendekati 1 menunjukkan *a very good fit*.

3. Pengujian Hipotesis

Sanusi (2011) mengatakan setelah melakukan uji asumsi SEM dan kesesuaian model, selanjutnya lakukan pengujian hipotesis hubungan kasualitas variabel penelitian. Hasil uji hipotesis hubungan

antara dua variabel ditunjukkan dari nilai *regression weight* pada kolom nilai (di mana identik dengan t_{hitung}) yang dibandingkan dengan nilai kritisnya (di mana identik dengan t_{hitung}) pada level signifikansi tertentu. Selain itu, pengujian juga dapat memperhatikan nilai probabilitas (p) untuk masing masing nilai *regression weight* yang kemudian dibandingkan dengan nilai level signifikansi yang ditentukan oleh peneliti, misalnya $\alpha=0,05$. Keputusan yang diambil adalah hipotesis ditolak apabila nilai (p) lebih besar dari $\alpha=0,05$; begitu pula sebaliknya, hipotesis diterima apabila nilai (p) lebih kecil dari $\alpha=0,05$.

4. Uji Validitas

Validitas merupakan ukuran yang benar benar dapat mengukur dalam instrument. Semakin tinggi validitas suatu instrument, maka instrument tersebut semakin mengenai sarannya. Suatu tes dikatakan valid apabila memberikan hasil ukur sesuai dengan makna dan tujuan diadakannya tes tersebut.

Metode validitas yang akan digunakan untuk penelitian ini adalah *construct validity*. *Construct validity* adalah metode validitas yang digunakan untuk melihat hubungan antara hasil pengukuran suatu alat tes dengan konsep teoritik yang dimilikinya. Untuk mencari nilai korelasi tersebut, peneliti akan menggunakan pendekatan analisis faktor. Sugiyono (2016:330) menjelaskan analisis faktor sebagai teknik yang digunakan untuk mencari faktor yang mampu

menjelaskan hubungan atau korelasi antara berbagai indikator independen yang diobservasi.

Untuk analisis faktor yang akan digunakan, peneliti menggunakan analisis faktor konfirmatori (CFA) untuk mengidentifikasi adanya hubungan antar variabel dengan melakukan uji korelasi. Dalam analisis faktor terdapat nilai yang disebut dengan *factor loading*, dengan ketentuan nilai minimal *loading* yang digunakan adalah lebih besar dari $\pm 0,30$, *loading* $\pm 0,40$ dianggap penting, dan *loading* $\pm 0,50$ atau lebih besar dinyatakan bahwa nilai tersebut signifikan.

5. Uji reliabilitas

Menurut Rochaety *et al.* (2009, p. 49) reliabilitas artinya tingkat keterpercayaan hasil suatu pengukuran di mana memiliki konsep sejauh mana nilai hasil dari suatu pengukuran terbebas dari kesalahan pengukuran (*measurement error*).

Tinggi rendahnya reliabilitas secara empiris ditunjukkan oleh angka yang disebut koefisien reliabilitas. Kaplan dan Sacuzzo dalam Rochaety *et al* mengatakan bahwa koefisien reabilitas dianggap baik apabila besarnya berkisar antara 0,70 – 0,80.

Metode perhitungan yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah metode *Alpha Cronbach*. Metode ini dipilih karena dapat digunakan untuk menghitung reliabilitas suatu tes yang tidak

memiliki item benar/salah atau ya/tidak. Koefisien *Alpha Cronbach*

(α) dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left(1 - \frac{\sum \sigma y_i^2}{\sigma x^2} \right)$$

Di mana:

α = Koefisien Reliabilitas

K = Jumlah item dalam tes

σy_i^2 = Variansi tiap item

σx^2 = Variansi skor keseluruhan