

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di wilayah DKI Jakarta. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Google Form* yang dibagikan melalui media *online* (*Whatsapp, Telegram, Gmail* dan sebagainya). Waktu penelitian akan dilakukan selama dua bulan, yaitu terhitung dari bulan November 2019 sampai dengan bulan Desember tahun 2019.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang berbasis pada perhitungan angka dan statistika, penelitian kuantitatif memiliki dasar deskriptif untuk memahami suatu fenomena dengan lebih mendalam. Menurut Sugiyono (2017:8) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

C. Operasional Variabel Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian yang peneliti ambil, yaitu “Pengaruh Kualitas Desain *Website* dan Kesadaran Merek terhadap Niat Beli”. Maka dalam penelitian ini, peneliti menggunakan variabel bebas (*independent*

variable), dan variabel terikat (*dependent variable*). Berikut ini penjelasan dari tiap-tiap variabel yang peneliti ambil:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Sugiyono (2017:39) menyatakan bahwa variabel bebas (*independen*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (*dependen*).

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas atau independen adalah kualitas desain *website*. Situs *website* atau Kualitas Desain *Website* harus dapat memberikan informasi umum perusahaan, sampai dengan detail informasi produk yang di jual dalam katalog *website*, karena dalam situs *website* tidak meyediakan pelayan toko yang dapat memandu pelanggan, jadi diperlukan informasi selengkap-lengkapny dan kemudahan dalam memakai situs *website*.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Menurut Sugiyono (2017:39) menyatakan bahwa variabel terikat (*dependent*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena ada variabel bebas (*independent*). Dalam penelitian ini variabel terikat yaitu niat beli, dimana variabel tersebut akan muncul setelah melihat desain *website* pada situs jual beli *online*.

Tabel III.1
Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Sumber
1	Kualitas Desain Website	Kualitas teknis	1. Website Bukalapak terlihat aman untuk bertransaksi	Likert	Aladwani, (2006); Al-Qeisi et al (2014)
			2. Website Bukalapak memiliki banyak fitur interaktif (mis., fitur <i>chatt</i> dengan Penjual).		
			3. Website Bukalapak mudah di akses		
			4. Website Bukalapak halaman dimuat dengan cepat		
		Kualitas konten umum	1. Konten website Bukalapak bermanfaat	Likert	Aladwani, (2006); Al-Qeisi et al (2014)
			2. Konten website Bukalapak lengkap		
			3. Konten website Bukalapak jelas		
			4. Konten website Bukalapak mutakhir		
		Kualitas konten khusus	1. Pada website Bukalapak saya dapat menemukan Informasi kontak pengaduan (mis., Alamat email, nomor telepon)	Likert	Aladwani, (2006); Al-Qeisi et al (2014)
			2. Pada website Bukalapak saya dapat menemukan Informasi umum penjual (mis., nama penjual, lokasi penjual).		
			3. Pada website Bukalapak saya dapat menemukan detail tentang produk dan layanan mereka.		
			4. Pada website Bukalapak saya dapat menemukan informasi yang terkait dengan kebijakan pelanggan (mis., detail privasi dan perselisihan).		
		Kualitas penampilan	1. Website Bukalapak terlihat menarik	Likert	
			2. Website Bukalapak terlihat terorganisir		
			3. Website Bukalapak mudah dibaca		
4. Website Bukalapak menggunakan warna yang sesuai					
5. Website Bukalapak Menggunakan fitur multimedia dengan baik					

2	Kesadaran Merek		1. Saya pernah mendengar tentang merek Bukalapak	Likert	Wu dan Ho (2014)
			2. Merek Bukalapak adalah yang pertama kali saya pikirkan		
			3. Merek Bukalapak sangat terkenal		
			4. Kebanyakan orang tahu merek Bukalapak		
3	Niat Beli		1. Saya menemukan pembelian produk di situs <i>website</i> Bukalapak bermanfaat	Likert	Hsu dan Lin (2015)
			2. Saya akan sering membeli produk di situs <i>website</i> Bukalapak di masa depan		
			3. Saya akan menyarankan orang lain untuk membeli produk di situs <i>website</i> Bukalapak		

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2019

D. Metode Pengumpulan Data

Terdapat beberapa metode dalam pengumpulan data penelitian, data yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu menggunakan data Primer. Menurut Sugiyono (2017:137) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepengumpul data. Pengumpulan data primer ini dengan cara menyebarkan kuesioner yang dibagikan melalui media elektronik yaitu *Google Form*. Penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup yaitu kuesioner yang sudah ditentukan jawabannya oleh peneliti, responden tinggal memilih dan tidak diberikan kesempatan untuk memberikan jawaban lain sehingga jawaban responden sesuai dengan kebutuhan penelitian.

E. Teknik Penentuan Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2016:32) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna internet di Indonesia yang pernah mengakses situs Bukalapak.com.

2. Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2017:81) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan (Sugiyono, 2017:82).

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017:85). *Purposive sampling* sebuah teknik yang memungkinkan peneliti memperoleh informasi dari mereka yang paling siap serta memenuhi beberapa kriteria dalam memberikan informasi.

Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan yang

penulis tentukan. Adapun kriteria koresponden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Pengguna internet yang pernah mengakses *website* Bukalapak.com
 - 2) Belum pernah melakukan pembelian di Bukalapak.com
3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner ini adalah skala likert, yaitu skala dengan lima kategori respon yang berkisar antara “Sangat Tidak Setuju” hingga “Sangat Setuju” yang mengharuskan reponden menentukan derajat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan mengenai obyek nilai-nilai yang diberikan.

Tabel III.2
Skala Pengukuran

Pertanyaan	Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-ragu	RG	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2017:93)

F. Teknik Analisis Data

Tujuan teknik analisis data adalah menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang telah terkumpul. Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan perangkat lunak data SEM (*Structural Equation Modeling*) menggunakan AMOS versi 22 untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian. Penggunaan SEM dipilih karena dinilai lebih akurat dan unggul dalam menganalisis data secara lebih komprehensif, dimana kita tidak hanya dapat mengetahui komponen-komponen pembentuk variabel tersebut dan mengetahui besarnya. SEM dinilai mampu menganalisis hubungan antara variabel laten dengan variabel indikatornya, hubungan antara variabel laten yang satu dengan variabel laten yang lain, juga untuk mengetahui besarnya kesalahan dalam pengukuran.

1. Analisa Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017:147) analisis deskriptif ialah analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Analisis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan setiap jawaban responden berdasarkan kuesioner yang telah dibuat peneliti. Pendekatan teknik analisis deskriptif dalam hal ini antara lain berupa penyajian

melalui table atau grafik. Perhitungan data dengan menggunakan frekuensi serta persentase.

2. Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2017:125) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Semakin tinggi validitas suatu alat ukur, maka alat ukur tersebut mengenai sarasanya atau menunjukkan apa yang seharusnya di ukur. Suatu instrumen dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Dengan kata lain, mampu memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti tersebut.

Dalam penyusunan kuesioner, pertanyaan yang ingin diajukan perlu dipastikan terlebih dahulu. Untuk menentukannya, sebelumnya harus sudah jelas variabel apa yang akan diukur. Pengukuran validitas sangat penting dilakukan dalam penilaian kuesioner. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya sebuah kuesioner yang digunakan peneliti.

Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan menggunakan *Exploratory Factor Analysis* (EFA). Menurut Hair, et all (2010:93) “*Exploratory Factor Analysis* (EFA) merupakan analisis faktor yang memiliki prosedur, yaitu memeriksa data dan memberikan penelitian dengan informasi berapa banyak faktor yang diperlukan untuk menggambarkan data dalam *Exploratory Factor Analysis*, semua variabel terukur dihubungkan untuk setiap faktor oleh suatu estimasi

loading factor. Proses pembentukan faktor dilakukan untuk beberapa faktor yang dengan mempertimbangkan nilai *eigenvalues* (λ). Pembentukan faktor yang dapat diterima jika nilai *eigenvalues* (λ) lebih dari 0,5.”

Penelitian ini juga menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Menurut Hair, et al (2010:93) “*Confirmatory Factor Analysis* (CFA) merupakan analisis faktor yang digunakan untuk menguji bagaimana variabel-variabel terukur dengan baik dan menggambarkan atau mewakili suatu bilangan dari konstruk.” CFA digunakan untuk menguji variabel-variabel terukur yang menggambarkan dalam model secara teoritis.

3. Uji Reliabilitas

Setelah mengukur validitas instrumen penelitian, tahap selanjutnya adalah mengukur reliabilitas data dan instrument penelitian. Reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama (Umar, 2011).

Uji mengukur ketepatan alat ukur. Suatu alat ukur disebut memiliki reliabilitas yang tinggi jika alat ukur yang digunakan stabil. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini untuk menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam *Alpha Cronbach*. Teknik ini dapat menafsirkan korelasi antara skala yang diukur dengan semua variabel yang ada (Umar, 2011).

Dalam pengujian reliabilitas ini, peneliti menggunakan metode statistik *Cronbach Alpha* dengan signifikansi yang digunakan sebesar

0,6 dimana jika nilai *Cronbach Alpha* dari suatu variabel lebih besar dari 0,6 maka butiran pertanyaan yang diajukan dalam pengukuran instrumen tersebut memiliki reliabilitas yang memadai. Sebaliknya, jika nilai *Cronbach Alpha* dari suatu variabel lebih kecil dari 0,6 maka butiran pertanyaan tersebut tidak *reliable* (Ghozali, 2014).

4. Uji Hipotesis

Peneliti menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan alat analisis AMOS versi 22. Dalam SEM digunakan *Confirmatory Factor Analysis* untuk mengurangi kesalahan pengukuran dengan memiliki banyak indikator dalam satu variabel laten.

Menurut Santoso (2015:25) menyatakan bahwa *Structural Equation Model* (SEM) adalah analisis statistik yang merupakan perpaduan gabungan dari analisis faktor dan regresi. Model persamaan struktural model 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 item dalam variabel-variabel dan mengkonfirmasi model dan juga lebih memfokuskan 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*. Sedangkan *variance based matrix structural*

equation modeling yaitu lebih ditujukan untuk melakukan prediksi dari hubungan konstruk atau variabel independen dan variabel dependen dalam suatu model.

Menurut Sanusi (2012:127), dalam penggunaannya *Structural Equation Modelling* (SEM) terdapat beberapa alat uji SEM yang terbagi menjadi tiga:

1) *Absolute Fit Measures*

Absolute Fit Measures merupakan pengujian yang paling mendasar pada SEM dengan mengukur model *fit* secara keseluruhan baik model struktural maupun model pengukuran secara bersamaan. Alat ukur pada *Absolute Fit Measures* yaitu:

a. Uji *Chi Square* (Uji kecocokan)

Chi Square statistik merupakan alat ukur yang paling penting dalam menguji model keseluruhan. Nilai *Chi Square* yang besar (sifatnya relatif terhadap derajat kebebasan) menunjukkan adanya perbedaan antara matrik input terhadap matrik hasil estimasi (matrik input bisa korelasi atau kovarians). Bahwa semakin kecil nilai χ^2 semakin baik model itu karena dalam uji beda chi square, $\chi^2 = 0$, berarti benar-benar tidak ada perbedaan berdasarkan probabilitas dengan nilai *p.value* sebesar *p.value* $> 0,05$.

b. *Goodness of Fit Index (GFI)*

GFI menunjukkan tingkat ketepatan suatu model dalam menghasilkan matriks kovarian yang teramati. Model dianggap *fit* apabila nilai $GFI \geq 0,9$.

c. *Root Mean Square Residual (RMSR)*

RMSR adalah rata-rata residual antara matriks kovarian korelasi yang teramati dengan hasil estimasi. Model dianggap *good fit* apabila nilai RMSR kurang dari 0,05 ($RMSR < 0,05$)

d. *Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)*

RMSEA mengukur penyimpangan nilai parameter suatu model dengan matriks kovarians populasinya. Suatu model dikatakan *close fit* apabila nilai memiliki nilai RMSEA kurang dari atau sama dengan 0,05 dan suatu model dikatakan *good fit* apabila memiliki nilai $RMSEA 0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$.

2) *Incremental Fit Measures*

Incremental Fit Measures ialah ukuran kecocokan secara relatif, digunakan untuk *Root Mean Square Error of Approximation* membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar yang digunakan oleh penelitian.

a. *Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)*

AGFI merupakan modifikasi dari GFI untuk *degree of freedom* (df) dalam model. Suatu model dikatakan *good fit* apabila memiliki

AGFI lebih besar dari 0.9 ($AGFI \geq 0,9$) dan dikatakan *fit marginal* jika ($0,8 \leq AGFI \leq$)

b. *Trucker Lewis Index* (TLI)

TLI juga dikenal sebagai *Non Normed Fit Index* (NNFI), digunakan sebagai sarana untuk mengevaluasi analisis faktor yang kemudian diperluas untuk SEM Nilai TLI berkisar diantara 0 sampai 1. Sebuah model dikatakan *good fit* apabila memiliki nilai $TLI \geq 0.9$ dan dikatakan *fit marginal* apabila memiliki nilai $TLI (0,8 \leq TLI \leq 0,9)$

c. *Comparative Fit Index* (CFI)

CFI merupakan bentuk revisi dari NFI yang memperhitungkan ukuran sampel yang dapat menguji dengan baik, bahkan ketika ukuran sampel kecil. Nilai CFI berkisar antara 0 sampai 1. Suatu model dikatakan *good fit* apabila memiliki nilai CFI lebih besar atau sama dengan 0,9 ($CFI \geq 0,9$) dan dikatakan *marginal fit* apabila ($0,8 \leq CFI \leq 0,9$).

Tabel III.3
Goodness of Fit Indices

Goodness of Fit Indices	Cut – Off Value
<i>Chi Square</i>	Semakin kecil semakin baik
<i>Root Mean Square Residual</i> (RMSR)	< 0,05
<i>Goodness of Fit Index</i> (GFI)	$\geq 0,09$
<i>Root Mean Square Error of Approximation</i> (RSMEA)	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$
CMIN/DF	<2,00
<i>Comparative Fit Index</i> (CFI)	> 0,90
<i>Non Normed Fix Index</i> (NNFI)	> 0,90

Sumber: Sanusi (2012:127)

3) *Parsimony Fit Measures*

Parsimony Fit Measures adalah bagian kecocokan dari sisi kesederhanaan model. Jika model ini sudah terpenuhi maka model dikatakan sudah *fit*.