

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dirumuskan oleh peneliti, maka penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data empiris dan fakta yang tepat (sahih, benar, dan valid), serta dapat dipercaya dan diandalkan (*reliable*) mengenai:

1. Pengaruh kemudahan penggunaan yang dirasakan terhadap intensi pembelian secara *Online*.
2. Pengaruh manfaat yang dirasakan terhadap intensi pembelian secara *Online*.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Universitas Negeri Jakarta yang beralamat di Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220. Alasan peneliti melakukan penelitian di tempat tersebut karena berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan, bahwa di tempat tersebut memiliki masalah mengenai intensi pembelian secara *online* melalui *e-commerce* Shopee pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Selain itu, juga karena faktor keterjangkauan, sehingga memberi kemudahan dalam proses pengambilan data.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan selama enam bulan, yaitu terhitung dari bulan Maret sampai dengan Juli 2020. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian karena jadwal perkuliahan peneliti sudah tidak padat, sehingga akan mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian dan peneliti dapat mencurahkan perhatian pada pelaksanaan penelitian.

C. Metode Penelitian

1. Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:2) Metode penelitian pada dasarnya adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Sujarweni (2015:12) mengatakan Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei.

Sujarweni (2015:47) berpendapat bahwa penelitian *survey* adalah Penelitian yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang dilakukan dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang diajukan pada responden. Selanjutnya Erlina (2011:21) mengatakan Teknik *survey* adalah teknik dari penelitian dimana informasi/data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan

dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Alasan peneliti menggunakan metode survei karena sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu dengan cara mengumpulkan data responden melalui penyebaran angket dan akhirnya dapat mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

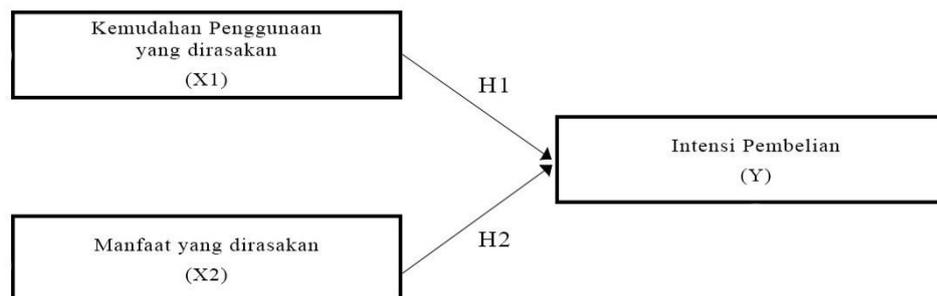
2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan bahwa:

H1: Terdapat hubungan yang positif antara kemudahan penggunaan yang dirasakan dengan intensi pembelian.

H2: Terdapat hubungan yang positif antara manfaat yang dirasakan dengan intensi pembelian.

Maka konstelasi hubungan antar variabel penelitian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar III. 1 Konstelasi Hubungan

Sumber: Data dibuat oleh peneliti

Keterangan:

Variabel Bebas (X_1) : Kemudahan Penggunaan yang dirasakan

Variabel Bebas (X_2) : Manfaat yang dirasakan

Variabel Terikat (Y) : Intensi Pembelian

—————→ : Arah Hubungan

D. Populasi dan Sampling

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2012:115) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa di Universitas Negeri Jakarta yang pernah melakukan pembelian di *e-commerce* Shopee. Hal ini didasarkan pada survei awal melalui penyebaran angket pada Mahasiswa di Universitas Negeri Jakarta, bahwa banyak konsumen yang telah melakukan pembelian di *e-commerce* Shopee.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2012:116) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Menurut Erlina (2011:87) *Purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel berdasarkan suatu kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan dapat berdasarkan pertimbangan (*judgment*) atau berdasarkan kuota tertentu. Alasan penggunaan *purposive sampling* diharapkan sampel yang akan

diambil benar-benar memenuhi kriteria yang sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa di Universitas Negeri Jakarta yang telah melakukan pembelian di *e-commerce* Shopee yang berjumlah 150 orang. Penentuan jumlah sampel ini didasarkan pada teori yang dikemukakan oleh Arikunto (2010:134-185) yang mengatakan apabila sampel kurang dari 100 maka lebih baik diambil semua, sehingga penelitiannya merupakan populasi. Selanjutnya jika populasi besar atau lebih dari 100 dapat diambil antara 25%-30% atau lebih.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan peneliti adalah metode angket disebut pula sebagai metode kuesioner atau dalam bahasa Inggris disebut *questionnaire* (daftar pertanyaan). Metode angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk di isi oleh responden. Setelah di isi, angket di kirim kembali atau dikembalikan kepetugas atau peneliti. Bentuk umum sebuah angket terdiri dari bagian pendahuluan berisikan petunjuk pengisian angket, bagian identitas berisikan identitas responden seperti: nama, alamat, umur, pekerjaan, jenis kelamin, status pribadi dan sebagainya, kemudian harus memasuki bagian isi angket (Bugin, 2005:133).

Penelitian ini terdiri dari tiga variabel, yaitu kemudahan penggunaan yang dirasakan (X1), manfaat yang dirasakan (X2), dan intensi pembelian (Y).

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

Definisi konseptual menurut Singarimbun & Efendi (2008) yaitu pemaknaan dari konsep yang digunakan, sehingga memudahkan peneliti untuk mengoperasikan konsep tersebut yang ada dilapangan. Tujuan konsep adalah untuk menyederhanakan pemikiran dengan cara menggabungkan sejumlah peristiwa dibawah suatu judul umum. Definisi konseptual dalam penelitian ini yaitu:

a. Kemudahan penggunaan yang dirasakan

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Jika seseorang merasa percaya bahwa suatu produk mudah digunakan, maka dia akan menggunakannya (Hartono, 2008).

b. Manfaat yang dirasakan

Manfaat yang dirasakan didefinisikan sebagai daya guna suatu teknologi sehingga apabila daya guna suatu teknologi diragukan, tidak akan muncul intensi seseorang untuk menggunakannya. Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) juga didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna yakin bahwa teknologi akan meningkatkan kinerja dari suatu kegiatan (Davis, 1989, dalam Nurvita, 2015).

c. Intensi Pembelian

Intensi pembelian adalah niat seorang konsumen untuk membeli suatu produk tertentu yang telah mereka pilih dan mereka inginkan untuk dikonsumsi. Niat beli termasuk dalam proses yang dilakukan seseorang untuk mengambil keputusan dalam hal ini adalah pembelian *online* (Thuy *et al.* 2015).

2. Definisi Operasional

Definisi operasional menurut Sugiyono (2013) penentuan kontrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional tidaklah mungkin ditetapkan jika konsep itu tidak merujuk sama sekali pada suatu realitas tertentu. Harus diingat bahwa konsep yang mempunyai rujukan empiris ini masih harus dipandang sebagai konsep yang belum sepenuhnya operasional. Penjelasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang dapat digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalkan *construct*, sehingga memungkinkan peneliti yang lain untuk melakukan replikasi (pengulangan) pengukuran dengan cara yang sama, atau mencoba untuk mengembangkan pengukuran *construct* yang lebih baik.

a. Kemudahan penggunaan yang dirasakan

Menurut Heidjen *et al.* (2003), ada lima indikator yang dapat digunakan dalam pengukuran kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah sebagai berikut :

1. Mudah dalam belajar menggunakan situs toko *online*
2. Mudah mendapatkan apa yang dicari di dalam toko *online*
3. Interaksi dalam toko *online* jelas dan mudah dipahami
4. Fleksibel dalam melakukan interaksi di toko *online*
5. Situs toko *online* mudah untuk digunakan

b. Manfaat yang dirasakan

Menurut Hassanein dan Head (2007), ada empat indikator yang dapat digunakan dalam pengukuran manfaat yang dirasakan adalah sebagai berikut :

1. Situs toko *online* memberikan informasi yang berkualitas
2. Situs toko *online* dapat membantu meningkatkan kinerja konsumen dalam berbelanja
3. Situs toko *online* dapat meningkatkan efektivitas konsumen dalam berbelanja
4. Situs berguna dalam pencarian barang di toko *online*

c. Intensi pembelian

Menurut Moon dan Kim (2001), ada tiga indikator yang dapat digunakan dalam pengukuran intensi pembelian adalah sebagai berikut:

1. Konsumen akan membeli produk dari toko *online* tersebut
2. Internet akan menjadi media dalam melakukan pembelanjaan kedepannya
3. Konsumen berniat untuk membeli sebuah produk dengan menggunakan internet

3. Kisi – Kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kemudahan penggunaan yang dirasakan, manfaat yang dirasakan dan intensi pembelian yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1: Instrumen Penelitian

Indikator	Variabel	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Keinginan konsumen membeli produk melalui toko <i>online</i> .	Intensi Pembelian (Y)	1,2	-	-	1,2	-	1,2	-
Kesediaan konsumen menggunakan media internet di masa yang akan datang.		3,4	-	-	3,4	-	3,4	-
Kesediaan konsumen berniat membeli produk dengan media internet.		5,6	-	-	5,6	-	5,6	-
Kemudahan mempelajari penggunaan situs toko <i>online</i> .	Kemudahan Penggunaan yang dirasakan (X1)	1,2	-	-	1,2	-	1,2	-
Kemudahan mendapatkan sesuatu yang dicari.		3,4	-	-	3,4	-	3,4	-
Adanya intruksi yang jelas.		5,6	-	-	5,6	-	5,6	-
Fleksibilitas interaksi.		7,8	-	-	7,8	-	7,8	-
Kemudahan penggunaan.		9,10	-	-	9,10	-	9,10	-

Situs toko <i>online</i> memberikan informasi yang berkualitas.	Manfaat yang dirasakan (X2)	1,2	-	-	1,2	-	1,2	-
Situs toko <i>online</i> dapat membantu meningkatkan kinerja konsumen dalam berbelanja.		3,4	-	-	3,4	-	3,4	-
Situs toko <i>online</i> dapat meningkatkan efektivitas konsumen dalam berbelanja.		5,6	-	-	5,6	-	5,6	-
Situs berguna dalam pencarian barang di toko <i>online</i> .		7,8	-	-	7,8	-	7,8	-

Sumber: Data diolah peneliti tahun 2020

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari lima alternatif yang telah disediakan. Lima alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel 3.2 : Skala Penilaian Instrumen Penilaian Intensi Pembelian

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak setuju (TS)	2	4
5.	Sangat tidak setuju (STS)	1	5

Sumber: Data diolah peneliti tahun 2020

4. Validitas Instrumen

Proses pengembangan instrumen ketiga variabel dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang

mengacu pada model indikator-indikator variabel pada setiap variabel terlihat pada tabel III.1 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel pada setiap variabel yang di validasi.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari setiap variabel dependent dan independent sebagaimana tercantum pada tabel III.1. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 mahasiswa di Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan dalam Sugiyono (2014:86) adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_i x_t}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}}$$

Dimana :

R_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

x_i = Deviasi skor butir dari X_i

x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$.

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika

$r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-drop.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Menurut Sugiyono (2014:89) uji reliabilitas dengan rumus Alpha Cronbach, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{St^2} \right)$$

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

$\sum s_i^2$ = Jumlah varians skor butir

k = Banyak butir pernyataan (yang valid) st^2 = Varian skor total

variens butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$s_i^2 = \frac{\sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{n}}{n}$$

Dimana :

s_i^2 = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

$\sum x_i^2$ = Jumlah kuadrat data X

X_i = Jumlah data

a. Validitas Instrumen Intensi Pembelian

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $s_i^2 = 0,31$ $st^2 = 9,34$ dan r_{ii} sebesar 0,7394 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 8 halaman 100). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 6

butir pertanyaan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur intensi pembelian.

b. Validitas Instrumen Kemudahan Penggunaan yang dirasakan

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 0,24$ $S_t^2 = 16,54$ dan r_{ii} sebesar 0,9031 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 13 halaman 106). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 10 butir pertanyaan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur intensi pembelian.

c. Validitas Instrumen Manfaat yang dirasakan

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 0,46$ $S_t^2 = 13,78$ dan r_{ii} sebesar 0,7326 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 18 halaman 112). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 8 butir pertanyaan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur intensi pembelian.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Menurut Arum (2012), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Untuk mendeteksi apakah model yang peneliti gunakan

memiliki distribusi normal atau tidak yaitu, dengan menggunakan uji statistik (Uji *Kolmogorov Smirnov*).

Hipotesis penelitiannya adalah:

1. H_0 : data berdistribusi normal
2. H_a : data tidak berdistribusi normal

Kriteria pengujian dengan uji statistic Kolmogorov Smirnov, yaitu:

1. Jika signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
2. Jika signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusikan normal.

b. Uji Linieritas

Pengujian linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Pengujian dengan menggunakan *Test of Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Menurut Kadir (2015), variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,05.

Hipotesis penelitiannya adalah:

1. H_0 : artinya data tidak linier
2. H_a : artinya data linier

Sedangkan kriteria pengujian dengan uji statistik, yaitu:

1. Jika signifikansi $> 0,05$ maka, H_0 diterima artinya data tidak linier.
2. Jika signifikansi $< 0,05$ maka, H_0 ditolak artinya data linier.

2. Persamaan Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan yang dirasakan dan manfaat yang dirasakan terhadap intensi pembelian *online* pada *e-commerce* shopee. Analisis regresi linier berganda digunakan bermaksud untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel *dependent*, bila dua atau lebih variabel *independent* sebagai faktor prediktor dimanipulasi. Menurut Basuki dan Prawoto (2016:45) Analisis Linier Berganda adalah analisis regresi dengan dua atau lebih *independent variable*, dengan formulasi umum:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Keterangan:

Y	= dependent variable
a	= konstanta
b ₁	= koefisien regresi X ₁
X ₁	= independent variable
e	= residual/error

3. Uji Hipotesis

Uji Statistik t atau disebut juga uji t , pengujian ini bertujuan untuk menguji signifikan pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan hasil analisis sebagai berikut :

1. Ho ditolak dan Ha diterima apabila $t_{hitung} > t_{Tabel}$ atau nilai probabilitas sig. < 0,05

2. H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $t_{hitung} < t_{Tabel}$ atau nilai probabilitas $sig. > 0,05$

4. Analisis Koefisien Korelasi *Pearson*

Menurut Susanti (2019) koefisien korelasi pearson digunakan untuk mengetahui tingkat hubungan linier antara variabel X dan variabel Y. analisis korelasi pearson ini dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 22.

Dengan pengambilan keputusan:

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka berkorelasi
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak berkorelasi

Adapun menurut Sugiyono (2017) untuk menginterpretasikan hasil penelitian korelasi adalah sebagai berikut:

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0.0 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.00	Sangat Kuat

5. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Siagian dan Sugiarto (2006) Koefisien determinasi (R^2) merupakan suatu ukuran yang menunjukkan besar sumbangan dari variabel penjelas terhadap variabel respon. Dengan kata lain, koefisien determinasi menunjukkan ragam (variasi) naik turunnya Y yang diterangkan oleh pengaruh linier X (berapa bagian keragaman dalam variabel Y yang dapat dijelaskan oleh beragamnya nilai-nilai variabel X).