

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif, dimana data penelitian berupa angka-angka dan di analisis menggunakan statistik untuk menguji hubungan atau pengaruh antarvariabel penelitian. Data dikumpulkan melalui instrumen terstruktur berupa kuesioner sehingga dapat dianalisis secara objektif dan teratur.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif asosiatif. Pendekatan penelitian kuantitatif merupakan suatu penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu yang bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang bersifat objektif dengan menggunakan metode statisik pada pengujiannya menurut Hermawan dan Yusran dalam (Sutomo dan Milyani 2019:112).

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini ditujukan untuk para konsumen atau pengguna marketplace Tiktok Shop sebagai sarana dalam berbelanja *online* khususnya bagi masyarakat di Kecamatan Pelaihari, Kab. Tanah Laut, Kalimantan Selatan.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah sesuatu yang diteliti baik orang, benda, ataupun suatu lembaga, adapun subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kecamatan Pelaihari yang berbelanja di Tiktok Shop. Objek penelitian adalah sifat keadaan dari suatu benda, orang, atau yang menjadi pusat perhatian dan sasaran penelitian, adapun objek dalam penelitian ini adalah Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian pada Tiktok Shop (Studi Kasus di Kecamatan Pelaihari).

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi ialah wilayah tergeneralisasi yang terdiri dari subjek dan objek yang memiliki jumlah tertentu yang tidak seluruhnya ditentukan oleh analisis yang akan dikonsentrasikan dan kemudian ditarik (Siyoto dan Sodik, 2015).

Adapun populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen di Kecamatan Pelaihari yang pernah berbelanja melalui Tiktok Shop.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari masyarakat dijadikan sebagai sumber informasi dan dapat ditujukan kepada seluruh masyarakat. Contohnya adalah bagian atau nomor dan atribut yang dipindahkan oleh masyarakat (Sugiyono, 2011, hlm. 118). Adapun Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen di Kecamatan Pelaihari yang pernah berbelanja melalui Tiktok Shop. Untuk menentukan sampel dari penelitian ini peneliti menggunakan teknik *Nonprobability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *Accidental Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel, bila orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Siregar, 2015, hlm. 31). Ukuran populasi dalam penelitian ini sangat banyak dan tidak dapat diketahui dengan pasti, maka untuk menentukannya menggunakan rumus Lemeshow sebagai berikut : (Djarwanto, 1990, hlm. 142-143)

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = Nilai standar = 1.96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0.05

d = sampling error = 10% = (0.1)

Dengan menggunakan rumus tersebut, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 96$$

Dengan demikian, sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 responden.

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Lemeshow diperoleh jumlah sampel yang diperlukan sebanyak 96 responden. Namun, dalam pelaksanaan penelitian, peneliti menggunakan 100 responden untuk memenuhi dan melebihi jumlah sampel yang telah ditentukan.

E. Data dan Sumber Data

1. Data

Data adalah catatan keterangan sesuai bukti kebenaran, bahan-bahan yang dipakai sebagai dukungan penelitian, data yang dimaksud meliputi:

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh dari para responden. Responden yang dimaksud dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kecamatan Pelaihari yang berbelanja di Tiktok Shop saat ini. Adapun cara yang dilakukan untuk memperoleh data primer tersebut adalah dengan membagikan kuesioner kepada responden yang terlibat dalam penelitian ini. Data primer dalam penelitian ini adalah tanggapan responden terhadap hasil jawaban kuesioner mengenai pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Tiktok Shop (Studi Kasus di Kecamatan Pelaihari).

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang dapat diakses dalam struktur yang berbeda. Sumber data diperoleh dengan cara membaca, meneliti dan memahami melalui berbagai media yang diperoleh dari tulisan, buku dan catatan. (Sugiyono, 2012, hal. 141).

2. Sumber Data

- a. Data responden dalam penelitian ini adalah Masyarakat di Kecamatan Pelaihari dengan jumlah 100 responden.
- b. Dokumen, yaitu seluruh dokumen yang berkaitan dengan penelitian, dan tujuan dengan melengkapi data penelitian.

F. Teknik Pengumpulan Data

Angket/Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pertanyaan yang tertulis kepada responden untuk menjawab. Skor dari setiap jawaban yang telah dilakukan dalam penilaian ini ditentukan dengan menggunakan *skala likert*. *Skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat serta persepsi seseorang. (Bambang dan Lina, 2006, hal. 65).

G. Desain Pengukuran dan Instrumen Kuesioner

Kuesioner Penelitian ini menggunakan desain pengukuran skala likert. *Skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, subjek, objek, dan kejadian tertentu. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan *skala likert* mempunyai rumusan sebagai berikut :

SS : Sangat Setuju (diberi skor 5)

S : Setuju (diberi skor 4)

N : Netral (diberi skor 3)

TS : Tidak Setuju (diberi skor 2)

STS : Sangat Tidak Setuju (diberi skor 1)

Tabel 3. 1
Indikator Variabel

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Sumber
Kepercayaan (X1)	Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya. Kunci yang sangat penting dalam meningkatkan kepercayaan yang tinggi dalam perusahaan atau organisasi adalah pencapaian hasil. Kepercayaan merupakan suatu hal yang sangat penting bagi sebuah komitmen atau janji, dan komitmen hanya dapat direalisasikan jika suatu saat berarti.	a. Keamanan b. Kualitas Produk c. Informasi d. Keunggulan Produk e. Pelayanan Konsumen	Masoud (2013)
Kemudahan (X2)	Kemudahan penggunaan adalah sejauh mana konsumen percaya bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari usaha. Faktor kemudahan ini akan berdampak pada perilaku konsumen.	a. Kemudahan untuk dipelajari b. Kemudahan yang sesuai dengan konsumen c. Kemudahan yang	Davis (1989)

		meningkatkan keterampilan	
		d. Kemudahan untuk dioperasikan	
Kualitas Informasi (X3)	Kualitas informasi dapat didefinisikan sebagai persepsi pelanggan terhadap kualitas informasi tentang produk atau layanan yang disediakan oleh sebuah website.	a. Akurat (<i>Accurate</i>) b. Tepat Waktu (<i>Time Lines</i>) c. Relevan (<i>Relevance</i>)	Sutabri (2012)
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan salah satu bentuk perilaku konsumen didalam menggunakan suatu produk. Dalam menggunakan suatu produk untuk mengambil sebuah keputusan pembelian, konsumen akan melalui proses yang merupakan gambaran dari perilaku konsumen menganalisis berbagai macam pilihan untuk mengambil keputusan dalam melakukan pembelian.	a. Keputusan pembelian produk b. Keputusan merek yang dipilih c. Keputusan penyalur yang dipilih d. Keputusan mengenai jumlah e. Keputusan mengenai waktu pembelian f. Keputusan mengenai cara pembayaran	Kotler dan Keller (2016)

H. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Teknik Pengolahan Data

Data yang telah terkumpul diolah melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

- a. *Editing*, memeriksa dan menelaah data-data yang terkumpul baik kelengkapannya maupun kesempurnaannya.
- b. *Coding*, memberikan angka-angka dan kode-kode tertentu yang telah ditetapkan terhadap jawaban-jawaban pertanyaan dalam kuesioner, sehingga mudah saat memasukkan data dalam komputer.
- c. Klasifikasi data, yaitu data yang sudah terkumpul sesuai dengan kode yang telah dibuat diklasifikasi sesuai dengan kelompok masing masing.
- d. Tabulasi data, yaitu memasukkan data kedalam tabel-tabel dan mengatur angka-angka sehingga dapat dihitung dengan menggunakan komputer.

2. Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda (Sugiyono, 2005). Adapun penggunaan analisis regresi berganda bertujuan untuk menghitung besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan kejadian (variabel X) terhadap kejadian lainnya (variabel Y), dimana dalam penelitian ini dikonversikan untuk menguji ada tidaknya kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian pada Tiktok Shop di Kecamatan Pelaihari. Analisis regresi berganda seperti yang dikutip dalam Sugiyono (2005:261), yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

X₁ = Kepercayaan

X₂ = Kemudahan

X₃ = Kualitas Informasi

α = Bilangan konstanta

β_1 = Koefisien regresi parsial yang dipakai untuk mengukur nilai rata-rata Y tiap unit perubahan dalam X₁ dengan menganggap X₂ dan X₃ konstan.

β_2 = Koefisien regresi parsial yang dipakai untuk mengukur nilai rata-rata Y tiap unit perubahan dalam X₂ dengan menganggap X₁ dan X₃ konstan.

β_3 = Koefisien regresi parsial yang dipakai untuk mengukur nilai rata-rata Y tiap unit perubahan dalam X₃ dengan menganggap X₁ dan X₂ konstan.

e = Standard Error, menunjukkan bagaimana tingkat fluktuasi dari penduga atau statistik.

Teknis analisis yang digunakan sesuai dengan model di atas adalah regresi berganda dimana nilai variabel dependen dapat diperoleh dari hasil survey yang perhitungannya akan menggunakan *skala likert*. Cara pengukurannya adalah menghadapkan seorang responden dengan sebuah pertanyaan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban.

Data yang berhasil dikumpulkan dari kusioner selanjutnya akan diukur dengan pengukuran data ordinal dengan bobot hitung sampai 5, dengan kategori sebagai berikut:

- a. Sangat setuju dengan point 5
- b. Setuju dengan point 4
- c. Netral dengan point 3
- c. Tidak setuju dengan point 2
- d. Sangat tidak setuju dengan point 1

1) Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r tabel. Jika r hitung $>$ dari r tabel (pada taraf signifikan 10%) maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Cara melihat tabel ialah dengan melihat baris $N-2$. Untuk uji validitas penulis menggunakan bantuan program SPSS.

b. Uji Realibilitas

Uji Realibilitas adalah catatan yang menunjukkan sejauh mana konsekuensi dari suatu estimasi dapat diandalkan. Suatu survei dikatakan solid jika respon individu terhadap

pertanyaan stabil atau stabil dalam jangka panjang (Ghozali, 2001). Dalam penelitian ini, uji realibilitas dilakukan dengan melihat hasil perhitungan nilai cronbach alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha (α) $> 0,6$ yaitu bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama. Tetapi sebaliknya bila alpha maka dianggap kurang handal, artinya bila variabel-variabel tersebut dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang berbeda.

2) Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik akan lebih baik jika diselesaikan sebelum dilakukan analisis regresi. Alasan dilakukannya uji asumsi klasik adalah untuk melihat apakah informasi yang diperoleh dari survei menunjukkan keadaan sebenarnya dan tidak berat sebelah sehingga layak untuk dicoba. Uji asumsi klasik meliputi:

a. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah ingin mengetahui apakah penyebaran informasi mengikuti atau bergerak menuju suatu penyampaian yang khas, khususnya sirkulasi informasi yang berbentuk lonceng. Pengujian ini diselesaikan untuk melihat apakah dalam model regresi, nilai-nilai yang tersisa memiliki

distribusi yang normal atau tidak. Dalam metode regresi linier, hal ini ditunjukkan dengan error (e) yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model yang tersebar secara normal atau mendekati normal. Jadi informasi tersebut layak untuk diuji secara statistik. Uji normalitas pada regresi bisa menggunakan beberapa metode, antara lain yaitu dengan metode One Kolmogorov-Smirnov Z dan metode Normal Probability Plots.

b. Uji Heteroskedastisitas

Analisis regresi bertujuan untuk melihat seberapa besar peranan variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residu atau dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas. Dan apabila varians berbeda maka disebut heteroskedastisitas. (Situmorang dan Luthfi, 2014:176).

c. Uji Multikolineritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan linier yang sempurna diantara variabel-variabel bebas dalam model regresi. Uji Multikolinearitas artinya variabel independen yang satu dengan yang lain dalam model regresi

berganda tidak saling berhubungan secara sempurna atau mendekati sempurna. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dapat dilihat dari besarnya nilai *Tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*) melalui program SPSS. Nilai umum yang biasa dipakai adalah *Tolerance* value $< 0,1$ atau VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas, jika nilai *Tolerance* value $> 0,1$ atau VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas (Situmorang dan Luthfi, 2014:177).

3) Pengujian Hipotesis

a. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil regresi berganda tersebut, maka selanjutnya dapat dianalisis koefisien determinasi (R^2) yaitu koefisien untuk mengukur baik secara terpisah dampak variabel bebas (variabel X) X_1 , X_2 , X_3 terhadap variabel terikat (variabel Y), dengan bantuan program SPSS pada computer.

b. Uji F/Anova (Pengujian Secara Serempak/Bersama-sama)

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan secara bersama-sama variabel bebas yaitu kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi. Mekanisme pengujiannya ialah, jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_1 diterima (H_0 ditolak) atau dengan kata lain terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama variabel kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian pada Tiktok Shop.

Sebaliknya apabila jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima (H_1 ditolak) atau dengan kata lain tidak terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama variabel kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian pada Tiktok Shop.

c. Uji t (Pengujian Secara Terpisah/Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen secara individual dan menganggap dependen yang lain konstan. Signifikansi pengaruh tersebut dapat diestimasi dengan membandingkan antara nilai t-tabel dengan nilai t-hitung. Cara melakukan uji t dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 adalah dengan membandingkan nilai t hitungnya dengan t tabel. Apabila nilai t-hitung $>$ t-tabel maka variabel independent secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.

- 1) t-hitung $>$ t-tabel berarti H_0 ditolak dan menerima H_1
- 2) t-hitung $<$ t-tabel berarti H_0 diterima dan menolak H_1

Uji T juga bisa dilihat pada tingkat signifikansinya:

- 3) Jika tingkat signifikansi $<$ 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
- 4) Jika tingkat signifikansi $>$ 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.