

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **1.1 Rancangan Penelitian**

Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015:8), metode kuantitatif dapat diartikan sebagai “metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Berdasarkan tingkat eksplanasinya (penjelasan), penelitian ini tergolong sebagai penelitian asosiatif kausal, penelitian asosiatif kausal merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, terdapat variabel independen (yang mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi) (Sugiyono, 2015:36). Adapun variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah variabel independen yang terdiri dari variabel keamanan ( $X_1$ ) kemudahan ( $X_2$ ) kepercayaan ( $X_3$ ) dan risiko kinerja ( $X_4$ ), sedangkan untuk variabel dependen adalah keputusan pembelian secara *online* ( $Y$ ).

Sedangkan untuk metode yang digunakan dalam penelitian asosiatif kausal ini adalah metode survey. Menurut Wibisono (2005:22), “survey merupakan teknik riset dimana informasi dikumpulkan menggunakan penyebaran kuesioner”. Metode survey pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang diberikan kepada responden yang memiliki informasi tertentu mengenai transaksi jual beli *online* di tokopedia.com, sehingga memungkinkan peneliti bisa memecahkan permasalahan

yang telah dirumuskan sebelumnya. Selanjutnya, data yang terkumpul melalui kuesioner akan diolah menggunakan program statistik IBM SPSS.

## 1.2 Objek Penelitian

Menurut Supriati (2012:38), menjelaskan “objek penelitian adalah variabel yang diteliti oleh peneliti ditempat penelitian dilakukan”. Sedangkan menurut Umar (2013:18), “Objek penelitian menjelaskan tentang apa atau siapa yang menjadi objek penelitian. Juga dimana dan kapan penelitian dilakukan. Bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu”. Sedangkan objek penelitian ini adalah variabel keamanan, kemudahan, kepercayaan dan risiko kinerja terhadap keputusan pembelian secara *online*, studi kasus pada pengguna tokopedia.com di Kabupaten Lumajang.

## 1.3 Sumber dan Jenis Data

### 1.3.1 Sumber Data

Menurut Umar (2008:42) menjelaskan, “Data internal merupakan data yang didapat dari dalam perusahaan atau organisasi di mana riset dilakukan”. Sedangkan data eksternal menurut Umar (2008:42), menjelaskan “data *external* merupakan data yang berasal dari luar perusahaan atau organisasi dimana riset dilakukan”.

Sumber data dalam penelitian ini adalah data eksternal berupa data dari pengguna tokopedia.com di Kabupaten Lumajang yang pernah melakukan pembelian secara *online* di sebuah situs jual beli *online* tokopedia.com, ditambah profil tokopedia.com, serta data *traffic rank* tokopedia.com yang diakses melalui situs alexa.com, dan data jumlah pesaing tokopedia.com di Indonesia.

### 1.3.2 Jenis Data

#### a. Data Primer

Menurut Algifari (2010:9), menjelaskan “data primer adalah data yang diperoleh langsung dari obyek yang akan diteliti, baik langsung datang ke obyek, maupun melalui angket (kuesioner) oleh responden yaitu konsumen”. Sedangkan jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yang berupa hasil penyebaran kuesioner kepada para pengguna situs jual beli *online* tokopedia.com di Kabupaten Lumajang.

#### b. Data Sekunder

Menurut Algifari (2010:9), menjelaskan “data sekunder adalah data yang diperoleh dari terbitan atau laporan dari suatu lembaga”. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa dokumen, buku, media *internet* dan literatur yang masih berkaitan dengan objek penelitian.

## 1.4 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

### 1.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2015:80), menyatakan bahwa “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Untuk populasi dalam penelitian ini adalah pengguna situs jual beli *online* tokopedia.com (*toppers*) di Kabupaten Lumajang periode bulan Januari - Mei 2017.

### 1.4.2 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2015:84), menyatakan bahwa “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan menurut Sekaran (2006:123), menjelaskan “sampel (*sample*) adalah sebagian dari populasi”. Pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan teknik *nonprobability sampling*, karena besarnya peluang elemen untuk terpilih sebagai subjek tidak diketahui. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2015:84).

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2015:85), menjelaskan bahwa “*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Menurut Saunders (2009:237), menjelaskan “*Purposive sampling* adalah teknik pemilihan sampel berdasarkan penilaian pribadi terhadap responden yang paling memungkinkan untuk menjawab pertanyaan penelitian kita sesuai dengan tujuan penelitian”. Kriteria utama pemilihan sampel di dalam penelitian ini adalah pengguna tokopedia.com (*toppers*) di Kabupaten Lumajang yang telah melakukan pembelian secara *online* di tokopedia.com lebih dari satu kali.

Menurut Roscoe (dalam sugiyono, 2015:91), memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut ini:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen+ dependen), maka jumlah anggota sampel =  $10 \times 5 = 50$ .

- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s/d 20.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis regresi linier berganda. Dalam penelitian ini, jumlah variabel yang digunakan adalah 5 variabel (independen + dependen) maka ukuran sampel yang diambil minimal adalah 10 untuk setiap variabel, sehingga jumlah sampel yang digunakan  $10 \times 5$  variabel = 50 sampel. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 50 responden.

### 1.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan menggunakan kuesioner. Terdapat beberapa definisi kuesioner menurut para ahli. Sugiyono (2015:142), menjelaskan bahwa “kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Sedangkan menurut Sekaran (2006:82), “kuesioner (*questionnaires*) adalah daftar pertanyaan tertulis yang dirumuskan sebelumnya yang akan dijawab oleh responden”.

Kuesioner pada penelitian ini terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang bersumber dari indikator variabel penelitian yang dikembangkan. Tipe pertanyaan pada kuesioner ini adalah pernyataan tertutup (*closed statement*). Jenis kuesioner dalam penelitian ini menggunakan kuesioner biasa (*offline*) dan dibantu menggunakan kuesioner *online* ketika mengumpulkan data. Metode kuesioner *online* menggunakan fasilitas bantuan seperti *e-mail* dan *google form* ketika menyebarkan kuesioner melalui media *internet*.

Teknik skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Menurut Sugiyono (2015:93), “skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Sedangkan menurut Windiyani (2012:203), “skala likert merupakan sejumlah pernyataan yang bergradasi dari positif sampai dengan negatif. Persetujuan responden terhadap pernyataan positif (yang menyenangkan) dianggap sama derajatnya dengan persetujuan responden terhadap pernyataan negatif (yang tidak menyenangkan)”. Selanjutnya, karena di dalam penelitian ini terdapat pernyataan positif dan negatif penilaian untuk kedua pernyataan tersebut adalah sebagai berikut.

**Tabel 3.1**  
**Skor Kuesioner**

No	Keterangan	Skor	
		Positif	Negatif
1	Sangat Setuju (SS)	5	1
2	Setuju (S)	4	2
3	Ragu-Ragu (RG)	3	3
4	Tidak Setuju (TS)	2	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber: Windiyani (2012:203)

## 1.6 Variabel Penelitian

### 1.6.1 Identifikasi Variabel

Menurut Sugiyono (2015:38), menjelaskan “variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini menggunakan lima variabel yang terdiri dari empat variabel independen yaitu keamanan ( $X_1$ ), kemudahan ( $X_2$ ), kepercayaan

( $X_3$ ), risiko kinerja ( $X_4$ ) dan satu variabel dependen yaitu keputusan pembelian secara *online* ( $Y$ ).

a. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2015:39), “variabel independen adalah variabel yang sering disebut sebagai variabel *stimulus, prediktor, antecenden*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas yaitu variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen”. Dalam penelitian ini variabel independen terdiri dari variabel keamanan ( $X_1$ ) kemudahan ( $X_2$ ) kepercayaan ( $X_3$ ) dan risiko kinerja ( $X_4$ ).

b. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2015:39), “Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah variabel keputusan pembelian secara *online* ( $Y$ ).

### 1.6.2 Desinisi Konseptual Variabel

Menurut Azwar (2007:72), menjelaskan “definisi konseptual yaitu suatu definisi yang masih berupa konsep dan maknanya masih sangat abstrak walaupun secara intuitif masih bisa dipahami maksudnya”

a. Keamanan ( $X_1$ )

Keamanan menurut Bailey dan Pearson (1983:542), menjelaskan “keamanan (*security*) adalah kemampuan dalam mengendalikan dan mengamankan data transaksi dari penyalahgunaan atau perubahan yang tidak sah”.

b. Kemudahan ( $X_2$ )

Menurut Hartono (2007:115), menjelaskan “kemudahan didefinisikan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha”.

c. Kepercayaan ( $X_3$ )

Menurut Morman (1993:82), menjelaskan “kepercayaan sebagai kemauan untuk bergantung pada penjual yang dapat dipercaya”.

d. Risiko Kinerja ( $X_4$ )

Menurut Chiu (2012:94), menjelaskan “risiko kinerja adalah kemungkinan bahwa produk yang telah dibeli tidak dapat berfungsi sebagaimana yang diharapkan”.

e. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007:485), menjelaskan “keputusan pembelian adalah seleksi terhadap dua pilihan atau lebih. Sehingga dengan kata lain, pilihan alternatif harus tersedia ketika seseorang mengambil keputusan”.

### 1.6.3 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2015:31), menjelaskan “definisi operasional adalah penentuan konstruk atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur”.

a. Keamanan ( $X_1$ )

Secara operasional keamanan dalam penelitian ini adalah suatu persepsi konsumen tentang kemampuan tokopedia.com dalam memberikan jaminan keamanan transaksi, jaminan data pribadi yang bersifat rahasia, yang didapatkan

pada saat transaksi berlangsung. Adapun indikator variabel keamanan sebagai berikut:

1. Memberikan jaminan akan keamanan.
2. Menjaga kerahasiaan data.
3. Tidak menyalahgunakan data pribadi.

Berdasarkan indikator tentang variabel keamanan, maka disusun kuesioner dengan pernyataan sebagai berikut:

1. Saya merasa tokopedia.com mampu memberikan jaminan keamanan dalam transaksi jual beli online.
2. Saya merasa tokopedia.com mampu menjaga kerahasiaan data pribadi yang saya bagikan.
3. Saya merasa tokopedia.com mempunyai kemampuan untuk memecahkan masalah dari *hacker*.
4. Menurut saya tokopedia.com tidak akan menyalahgunakan data pribadi saya.

#### **b. Kemudahan ( $X_2$ )**

Secara operasional kemudahan dalam penelitian ini adalah suatu persepsi dimana konsumen dapat merasakan bahwa pembelian melalui situs jual beli *online* tokopedia.com dapat dengan mudah dipelajari dan digunakan. Adapun indikator variabel kemudahan sebagai berikut:

1. Mudah untuk dipelajari (*easy to learn*).
2. Mudah untuk di kontrol (*controllable*).
3. Jelas dan dapat dimengerti (*clear and understandable*).
4. Fleksibel (*flexible*).
5. Mudah digunakan (*easy to use*).

Berdasarkan indikator tentang variabel kemudahan, maka disusun kuesioner dengan pernyataan sebagai berikut:

1. Saya merasa situs tokopedia.com mudah untuk dipelajari.
2. Saya merasa mendapatkan produk di tokopedia.com sangat mudah.
3. Saya merasa instruksi penjelasan di tokopedia.com jelas dan dapat dimengerti.
4. Saya merasa interaksi di tokopedia.com bersifat fleksibel.
5. Saya merasa tokopedia.com mudah diakses dan digunakan.

**c. Kepercayaan (X<sub>3</sub>)**

Secara operasional kepercayaan dalam penelitian ini adalah suatu persepsi konsumen yang timbul karena merasa puas atas produk atau jasa, serta nyaman atas pemenuhan tanggung jawab penjual yang dilakukan ketika melakukan transaksi di situs tokopedia.com. Adapun indikator variabel kepercayaan sebagai berikut:

1. Kemampuan (*ability*)
2. Kebaikan hati (*Benevolence*)
3. Integritas (*Integrity*)

Berdasarkan indikator tentang variabel kepercayaan, maka disusun kuesioner dengan pernyataan sebagai berikut:

1. Saya merasa penjual di tokopedia.com memiliki kemampuan untuk menyediakan barang yang berkualitas bagi konsumen.
2. Saya merasa penjual di tokopedia.com mempunyai pengalaman sehingga mampu mengirim barang tepat pada waktunya.
3. Saya merasa penjual di tokopedia.com memiliki itikad baik untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

4. Saya merasa penjual di tokopedia.com akan selalu menjaga reputasinya.
5. Saya merasa penjual di tokopedia.com dapat dipercaya.

**d. Risiko Kinerja ( $X_4$ )**

Secara operasional risiko kinerja dalam penelitian ini adalah suatu persepsi konsumen mengenai tingkat resiko akan suatu hal negatif yang didapat ketika melakukan transaksi secara *online* di tokopedia.com. Adapun indikator variabel risiko kinerja sebagai berikut:

1. Kesulitan untuk menilai kualitas produk
2. Kesulitan untuk membandingkan produk yang serupa
3. Produk yang dibeli kemungkinan tidak dapat menunjukkan kinerja sesuai yang diharapkan

Berdasarkan indikator tentang variabel risiko kinerja, maka disusun kuesioner dengan pernyataan sebagai berikut:

1. Saya merasa kesulitan untuk menilai kualitas produk yang di jual di tokopedia.com
2. Saya merasa kesulitan untuk membandingkan kualitas produk serupa yang dijual di tokopedia.com.
3. Saya merasa produk yang telah dibeli di tokopedia.com kemungkinan tidak dapat menunjukkan kinerja sesuai yang diharapkan.

**e. Keputusan Pembelian ( $Y$ )**

Secara operasional keputusan pembelian secara *online* dalam penelitian ini adalah suatu persepsi konsumen tentang proses pengambilan keputusan dalam membeli suatu produk dimulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, penilaian alternatif, membuat keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian

yaitu puas atau tidak puas atas suatu produk yang dibeli di situs tokopedia.com.

Adapun indikator variabel keputusan pembelian sebagai berikut:

1. Pengenalan kebutuhan
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi alternative
4. Keputusan pembelian
5. Perilaku pasca pembelian

Berdasarkan indikator tentang variabel keputusan pembelian, maka disusun kuesioner dengan pernyataan sebagai berikut:

1. Saya memutuskan untuk melakukan pembelian di tokopedia.com karena produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan saya.
2. Saya akan melakukan pembelian jika informasi produk yang diberikan pihak tokopedia.com jelas.
3. Saya melakukan pembelian produk di tokopedia.com setelah membandingkan dengan situs lainnya.
4. Saya yakin membeli produk di tokopedia.com merupakan keputusan yang tepat.
5. Saya berniat bertransaksi di tokopedia.com di masa yang akan datang karena merasa puas dengan transaksi sebelumnya.
6. Saya merekomendasikan orang lain untuk melakukan pembelian di tokopedia.com

### **3.7 Instrumen Penelitian**

Menurut Sugiyono (2015:102), “Instrumen digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti sehingga dapat diartikan bahwa instrumen adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati”.

**Tabel 3.2**  
**Variabel Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran**

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1	Keamanan (X <sub>1</sub> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan jaminan akan keamanan</li> <li>2. Menjaga kerahasiaan data</li> <li>3. Tidak menyalahgunakan data pribadi konsumen</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya merasa tokopedia.com mampu memberikan jaminan keamanan dalam transaksi jual beli online.</li> <li>2. Saya merasa tokopedia.com mampu menjaga kerahasiaan data pribadi yang saya bagikan.</li> <li>3. Saya merasa tokopedia.com mempunyai kemampuan untuk memecahkan masalah dari <i>hacker</i>.</li> <li>4. Saya merasa tokopedia.com tidak akan menyalahgunakan data pribadi saya.</li> </ol>	Ordinal	Raman Arasu dan Viswanathan (2011:59)

2	Kemudahan (X <sub>2</sub> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mudah untuk dipelajari (<i>easy to learn</i>).</li> <li>2. Mudah untuk di kontrol (<i>controllable</i>).</li> <li>3. Jelas dan dapat dimengerti (<i>clear and understandable</i>).</li> <li>4. Fleksibel (<i>flexible</i>).</li> <li>5. Mudah digunakan (<i>easy to use</i>).</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya merasa situs tokopedia.com mudah untuk dipelajari</li> <li>2. Saya merasa mendapatkan produk di tokopedia.com sangat mudah</li> <li>3. Saya merasa instruksi penjelasan di tokopedia.com jelas dan dapat dimengerti</li> <li>4. Saya merasa interaksi di tokopedia.com bersifat fleksibel</li> <li>5. Saya merasa tokopedia.com mudah diakses dan digunakan</li> </ol>	Ordinal	Davis (1989:331)
3	Kepercayaan (X <sub>3</sub> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemampuan (<i>ability</i>)</li> <li>2. Kebaikan hati (<i>Benevolence</i>)</li> <li>3. Integritas (<i>Integrity</i>)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya merasa penjual di tokopedia.com memiliki kemampuan untuk menyediakan barang yang berkualitas bagi konsumen</li> <li>2. Saya merasa penjual di tokopedia.com mempunyai pengalaman sehingga mampu mengirim barang tepat pada waktunya</li> </ol>	Ordinal	Mayer et al. (1995:715)

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
			<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Saya merasa penjual di tokopedia.com memiliki itikad baik untuk memberikan kepuasan kepada konsumen</li> <li>4. Saya merasa penjual di tokopedia.com akan selalu menjaga reputasinya</li> <li>5. Saya merasa penjual di tokopedia.com dapat dipercaya</li> </ol>		

4	Risiko Kinerja ( $X_4$ )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesulitan untuk menilai kualitas produk</li> <li>2. Kesulitan untuk membandingkan produk yang serupa</li> <li>3. Produk yang dibeli kemungkinan tidak dapat menunjukkan kinerja sesuai yang diharapkan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya merasa kesulitan untuk menilai kualitas produk yang di jual di tokopedia.com</li> <li>2. Saya merasa kesulitan untuk membandingkan kualitas produk serupa yang dijual di tokopedia.com</li> <li>3. Saya merasa produk yang telah dibeli di tokopedia.com kemungkinan tidak dapat menunjukkan kinerja sesuai yang diharapkan</li> </ol>	Ordinal	Bo Dai et al. (2014:19)
5	Keputusan Pembelian (Y)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengenalan kebutuhan</li> <li>2. Pencarian informasi</li> <li>3. Evaluasi alternative</li> <li>4. Keputusan pembelian</li> <li>5. Perilaku pasca pembelian</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya memutuskan untuk melakukan pembelian di tokopedia.com karena produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan.</li> <li>2. Saya akan melakukan pembelian jika informasi produk yang diberikan pihak tokopedia.com jelas.</li> <li>3. Saya melakukan pembelian produk di tokopedia.com setelah membandingkan dengan situs lainnya.</li> <li>4. Saya yakin membeli produk pada situs tokopedia.com merupakan keputusan yang tepat.</li> </ol>	Ordinal	Kotler dan Amstrong (2008:179)

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
			<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Saya berniat bertransaksi di tokopedia.com di masa yang akan datang karena merasa puas dengan transaksi sebelumnya.</li> <li>6. Saya merekomendasikan orang lain untuk melakukan pembelian di tokopedia.com</li> </ol>		

Sumber: Raman Arasu dan Viswanathan A. (2011:59), Davis (1989:331), Mayer et al. (1995:715), Bo Dai et al. (2014:19), Kotler dan Amstrong (2008:179).

### **3.8 Teknik Analisis Data**

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan antara variabel independen dan variabel dependen baik secara parsial maupun secara simultan. Sebelum melakukan uji linier berganda, metode mensyaratkan untuk melakukan uji asumsi klasik guna mendapatkan hasil yang terbaik.

#### **3.8.1 Pengujian Instrumen**

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang digunakan untuk menjaring data responden, dimana asumsi dasar yang harus dipenuhi oleh kuesioner adalah data harus valid dan reliabel untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis pada tahap selanjutnya.

##### **3.8.1.1 Uji Validitas**

Ghozali (2016:52), menjelaskan “uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut”. Dalam hal ini digunakan beberapa butir pertanyaan yang dapat secara tepat mengungkapkan variabel yang diukur tersebut.

Untuk menguji validitas data dalam penelitian ini, digunakan pengolahan data melalui SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Pengujian validitas penelitian ini menggunakan analisis korelasi *product moment*, dengan mengkorelasikan skor setiap item dengan skor total sebagai jumlah skor item (Umar, 2011:131).

Kriteria uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk tingkat signifikansi 5 persen dari degree of freedom ( $df$ ) =  $n-2$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid, demikian sebaliknya bila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid (Ghozali, 2016:53). Untuk menginterpretasikan tingkat validitas, maka koefisien korelasi dikategorikan pada kriteria sebagai berikut.

**Tabel 3.3**  
**Kriteria Validitas**

No	Nilai $r$	Interpretasi
1	0,81 – 1,00	Sangat tinggi
2	0,61 – 0,80	Tinggi
3	0,41 – 0,60	Cukup
4	0,21 – 0,40	Rendah
5	0,00 – 0,20	Sangat rendah

Sumber: Arikunto (1991:29)

### 3.8.1.2 Uji Reliabilitas

Ghozali (2016:47), menjelaskan “uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu”.

Sugiyono (2015:268), menjelaskan “Reabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan”. Suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama. Karena reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi, maka bisa ada peneliti lain mengulangi atau mereplikasi dalam penelitian pada objek yang sama dengan metode yang sama, maka akan menghasilkan data yang sama.

Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara one shot atau pengukuran sekali saja dengan alat bantu SPSS uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $>$  0.70 (Ghozali, 2016:48). Adapun tolak ukur untuk menginterpretasikan derajat reliabilitas instrumen yang diperoleh sesuai dengan tabel berikut.

**Tabel 3.4**  
**Kriteria Reliabilitas**

No	Nilai $\alpha$	Interpretasi
1	0,81 – 1,00	sangat tinggi
2	0,61 – 0,80	tinggi
3	0,41 – 0,60	cukup
4	0,21 – 0,40	rendah
5	0,00 – 0,21	sangat rendah

Sumber: Arikunto (2003:75)

### 3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian analisis regresi linier berganda terhadap hipotesis penelitian, maka terlebih dahulu perlu dilakukan suatu pengujian asumsi klasik atas data yang akan diolah. Tujuan dari pelaksanaan uji asumsi klasik

adalah untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal serta data untuk satu variabel tidak berkaitan atau identik dengan data dari variabel lainnya.

### 3.8.2.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:154), “Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal”. Data yang baik adalah data yang memiliki sebaran distribusi yang normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas data adalah dengan melihat grafik histogram dan melihat normal probability plot serta melihat uji statistik. Data penelitian dikatakan menyebar normal atau memenuhi uji normalitas apabila nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* variabel residual berada di atas 0,05 atau 5%, sebaliknya jika nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* variabel residual berada di bawah 0,05 atau 5%, maka data tersebut tidak berdistribusi normal atau tidak memenuhi uji normalitas.

Data berdistribusi normal atau tidak juga dapat dilihat dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis lurus diagonalnya maka model regresi memenuhi asumsi normalitas (Umar, 2008:181).

### 3.8.2.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016:103), menjelaskan “Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara

variabel bebas”. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksinya yaitu dengan cara menganalisis nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ , maka tidak terjadi multikolinieritas.

### 3.8.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016:134), menjelaskan “Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain”. Jika varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas, dan jika varian berbeda maka terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Cara untuk melihat ada tidaknya heteroskedastisitas adalah menggunakan uji glejser atau melihat gambar scatterplot. Mendeteksi apakah ada atau tidak gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menganalisis penyebaran titik-titik yang terdapat pada scatterplot yang dihasilkan dengan dasar pengambilan keputusan. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.8.3 Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2015:147), “Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi”. Analisis statistik deskriptif bertujuan mengubah kumpulan data mentah menjadi mudah dipahami dalam bentuk informasi yang lebih ringkas, yaitu dalam bentuk angka persentase.

Untuk mempermudah dalam mendeskripsikan variabel penelitian digunakan kriteria tertentu yang mengacu pada rata-rata skor kategori angket yang diperoleh responden. Penggunaan skor kategori ini digunakan sesuai dengan lima kategori skor (1-5) yang dikembangkan dalam skala likert. Adapun kriteria yang dimaksud adalah sebagai berikut.

**Tabel 3.5**  
**Kriteria Analisis Deskriptif**

No	Rentang	Interpretasi
1	1,00 - 1,79	Sangat Tidak Baik/Sangat Rendah
2	1,80 - 2,59	Tidak Baik/Rendah
3	2,60 - 3,39	Cukup/Sedang
4	3,40 - 4,19	Baik/Tinggi
5	4,20 - 5,00	Sangat Baik/Sangat Tinggi

Sumber: Sugiyono (2002:81)

### 3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Kuncoro (2007:77) menjelaskan bahwa “analisis regresi berganda adalah suatu metode analisa yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara variabel independen (X) atau lebih terhadap variabel dependen (Y)”.

Analisis regresi berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen yang terdiri dari variabel keamanan, kemudahan, kepercayaan dan risiko kinerja terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Adapun bentuk umum persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = variabel keputusan pembelian

a = konstanta

$b_1 \dots b_4$  = koefisien regresi variabel independen

$X_1$  = variabel keamanan

$X_2$  = variabel kemudahan

$X_3$  = variabel kepercayaan

$X_4$  = variabel risiko kinerja

e = standar eror

Dengan analisis regresi linier berganda ini juga dapat diketahui variabel mana diantara variabel independen yang berpengaruh dominan terhadap variabel dependen. Analisis regresi linier berganda juga dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan masing-masing independen terhadap variabel independen lainnya.

### 3.8.5 Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan.

#### 3.8.5.1 Uji t (Uji Parsial)

Untuk menguji kebenaran hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini pengujian dilakukan menggunakan uji t. Menurut Ghozali (2016:97), “uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen”. Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis:

Ho: Variabel keamanan, kemudahan, kepercayaan dan risiko kinerja tidak berpengaruh secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com.

Ha: Variabel keamanan, kemudahan, kepercayaan dan risiko kinerja berpengaruh secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com.

b. Menggunakan signifikan level 0,05 ( $\alpha=5\%$ )

- Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa Ho diterima, sebaliknya Ha ditolak.
- Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak, sebaliknya Ha diterima.

- c. Dengan membandingkan nilai  $t$  hitung dengan  $t$  tabel:
- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan sebaliknya  $H_a$  diterima.
  - Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan sebaliknya  $H_a$  ditolak.
- d. Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ .

### 3.8.5.2 Uji F (Uji Simultan)

Menurut Ghozali (2016:96), “uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen”. Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut:

- a. Merumuskan hipotesis:

$H_0$ : Variabel keamanan, kemudahan, kepercayaan dan risiko kinerja tidak berpengaruh secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com.

$H_a$ : Variabel keamanan, kemudahan, kepercayaan dan risiko kinerja berpengaruh secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com.

- b. Menggunakan signifikan level 0,05 ( $\alpha=5\%$ )
- Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima, sebaliknya  $H_a$  ditolak.
  - Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak, sebaliknya  $H_a$  diterima.
- e. Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel:
- Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan sebaliknya  $H_a$  diterima.
  - Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan sebaliknya  $H_a$  ditolak.

f. Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ .

### 3.8.5.3 Uji Dominan (Koefisien Beta)

Menurut Ghozali (2005:88), menjelaskan “Uji dominan digunakan untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan berpengaruh terhadap variabel terikat”. Untuk menentukan variabel bebas yang paling menentukan (dominan) dalam mempengaruhi nilai variabel terikat dalam suatu model regresi linier, maka gunakanlah koefisien Beta (*Beta Coefficient*). Koefisien tersebut disebut *standardized coefficient*.

Hipotesis Uji Dominan

Ho: Variabel kemudahan tidak berpengaruh dominan signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com.

Ha: Variabel kemudahan berpengaruh dominan signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* di tokopedia.com.

### 3.8.6 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghozali, (2016:95), “Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen”. Nilai dari koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah antara nol hingga satu. Jika nilai  $R^2$  semakin mendekati angka satu, maka semakin baik variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya jika nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dalam penelitian ini akan digunakan untuk mencari berapa besarnya pengaruh variabel independen yaitu variabel keamanan, kemudahan, kepercayaan dan risiko kinerja terhadap keputusan pembelian *online* di tokopedia.com.