

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah *online shop* Almondberlys.

3.2 Data yang Diperlukan

Dalam penelitian ini, data yang diperlukan untuk diolah yang kemudian dianalisis meliputi variabel – variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pembelian hijab di *online shop* Almondberlys yaitu variabel harga, produk, pengiriman barang, kepercayaan, dan kemudahan.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah :

a. Penentuan Populasi dan Sampel

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal, atau orang yang memiliki karakteristik serupa yang menjadi pusat perhatian peneliti, karenanya dipandang sebagai semesta penelitian (Ferdinand, 2006). Sampel merupakan subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi (Ferdinand, 2006). Jumlah sampel penelitian minimal yang diperlukan dalam suatu distribusi normal adalah 30 orang. Apabila jumlah ini tidak terpenuhi, kemungkinan distribusi tersebut akan mengalami *skewness* (tingkat ketidaksimetrisan atau kejauhan simetri dari sebuah distribusi) baik positif maupun negatif. Selain itu jumlah sampel minimal 30 orang merupakan jumlah minimal data untuk dapat diolah secara statistik (Guilford & Fitcher, 1987). Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian produk di Almondberlys *Online Shop*. Sampel yang digunakan sebanyak 35 konsumen yang pernah melakukan pembelian hijab *pashmina turkey velvet* di Almondberlys *Online Shop*.

b. Metode Kuisisioner

Kuesioner yang dibagikan menggunakan skala likert dalam penilaiannya dengan skala 1 untuk nilai sangat tidak setuju, skala 2 untuk nilai tidak setuju, skala 3 untuk nilai setuju, dan skala 4 untuk nilai sangat setuju. Dalam penelitian ini hanya menggunakan empat skala *likert* dengan alasan (Hadi dalam Jibril HA, 2014):

- a. Kategori *indecisided*, yaitu memiliki arti ganda yang bisa diartikan netral atau ragu-ragu.
- b. Dengan tersedianya jawaban di tengah (netral), memiliki kecenderungan untuk menjawab respon tengah.
- c. Dengan menggunakan empat skala likert dimaksudkan untuk melihat kecenderungan pendapat responden kearah tidak sesuai sehingga dapat mengurangi data penelitian yang hilang.

Masing-masing butir pertanyaan diukur dengan skala Likert empat poin, yaitu angka 1-4 merupakan jenjang skor setiap pertanyaan dengan kriteria berikut :

Tabel 3.1 Skor Kriteria Skala Likert

Kriteria	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Hadi dalam Jibril HA, 2014

3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.4.1 Variabel Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan yang dijelaskan sebelumnya maka dalam penelitian ini terdapat variabel dependen dan variabel independen.

- a. Variabel Dependen (Y), yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dilambangkan dengan

huruf Y. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

- b. Variabel Independen (X), yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (variabel terikat). Dilambangkan dengan huruf X. Variabel independen dalam penelitian ini adalah harga (X_1), produk (X_2), pengiriman barang (X_3), kepercayaan (X_4), dan kemudahan (X_5)

3.4.2 Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan lima variabel yang terdiri dari empat variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen yang digunakan adalah harga, produk, pengiriman barang, kepercayaan, dan kemudahan. Sedangkan variabel dependen yang digunakan yaitu kepuasan konsumen. Adapun seluruh variabel tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel dan Indikator

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator
VARIABEL DEPENDEN			
	Kepuasan Konsumen (Y)	Menurut Kotler (2000), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (hasil) satu produk dan harapan-harapannya.	1. Merasa puas belanja <i>online</i>
VARIABEL INDEPENDEN			
1	Harga (X_1)	Sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut (Kotler dan Armstrong, 2001)	1. Keterjangkauan harga 2. Harga sesuai kualitas 3. Harga bersaing

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator
2	Produk (X ₂)	Segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan (Tjiptono, 2008)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk 2. Kelengkapan/variasi produk 3. Produk mengikuti trend 4. Informasi mengenai produk akurat
3	Pengiriman Barang (X ₃)	Mulyadi dalam Sugiono (2013), sistem pengiriman barang merupakan suatu kegiatan mengirim barang dikarenakan adanya penjualan barang dagang. Penjualan terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa, baik secara tunai atau kredit.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemasan barang 2. Jasa pengiriman 3. Ketepatan waktu
4	Kepercayaan (X ₄)	Kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang tersebut dipercayainya akan memenuhi segala kewajiban secara baik sesuai yang diharapkan (Rofiq, 2007)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebaikan hati 2. Keterusterangan 3. Pengembalian barang cacat
5.	Kemudahan (X ₅)	Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007). <i>Online shop</i> memberikan beragam kemudahan bagi konsumennya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah dioperasikan 2. Mudah dalam berbelanja (efisien)

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator
		diantaranya adalah adanya penghematan biaya, barang bisa langsung diantar ke rumah, pembayaran dilakukan secara transfer, dan harga lebih bersaing (Juju & Maya dalam Sari C.A 2015).	

3.5 Pengujian Instrumen Penelitian

3.5.1 Uji Validitas

Validitas adalah keadaan yang menggambarkan tingkat instrumen bersangkutan yang mampu mengukur apa yang diukur (Arikunto, 2006). Sehingga uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen atau variabel dalam kuisioner penelitian sesuai untuk mengetahui apa yang akan diketahui atau tidak. Jika nilai validitas tinggi maka kuisioner dinyatakan baik, sebaliknya jika nilai uji validitas rendah maka kualitas dari kuisioner juga rendah karena tidak dapat menghimpun data yang semestinya. Pengolahan data untuk mengetahui hasil uji validitas lebih mudah dilakukan dengan menggunakan program komputer SPSS. Suatu pengujian dikatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel yang merupakan tetapan (r hitung $>$ r tabel, maka valid). Tabel r yang digunakan sebagai acuan dapat dilihat dalam lembar lampiran.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Suharsimi Arikunto (2006) menyatakan bahwa reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Sehingga uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui ketepatan suatu penilaian terhadap suatu instrumen penelitian. Pengolahan data untuk pengujian ini menggunakan program komputer SPSS versi 16. Kriteria penilaian uji reliabilitas menurut Gozali (2005) adalah :

1. Kuisisioner dikatakan reliabel apabila hasil *Alpha Cronbach* lebih besar dari taraf signifikansi 60%.
2. Sebaliknya kuisisioner dikatakan tidak reliabel apabila hasil *Alpha Cronbach* kurang dari taraf signifikansi 60%.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Asumsi Klasik

Model regresi linier dapat disebut model yang baik jika memenuhi asumsi klasik, oleh karena itu uji asumsi klasik sangat diperlukan sebelum melakukan analisis regresi. Untuk meyakinkan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linier dan dapat dipergunakan (valid) untuk mencari peramalan, maka akan dilakukan pengujian asumsi multikolinearitas dan heteroskedastisitas

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas adalah uji yang mengukur tingkat asosiasi (keeratan) hubungan/pengaruh antar variabel bebas melalui besaran koefisien korelasi (r). Dikatakan terjadi multikolinearitas jika koefisien korelasi antara variabel bebas lebih besar dari 0,60 dan dikatakan tidak terjadi multikolinearitas jika koefisien korelasi antar variabel bebas lebih kecil atau sama dengan 0,60 ($r \leq 0,60$) atau dilihat dari nilai VIF yaitu nilai VIF tidak lebih dari 10 dan nilai toleransi tidak kurang dari 0,1, (Sarjono, 2013).

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda disebut heteroskedstisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2005).

Cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu

ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di *studentized*. Dasar analisisnya adalah:

- a. Apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Apabila tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas, (Sarjono, 2013).

3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas pada eksternal (harga, produk, promosi, kemasan, pengiriman barang) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian hijab *online*) dan juga mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas pada internal (sistem retur, bahan baku, SDM, kepercayaan, dan kemudahan) terhadap variabel terikat (peningkatan kepuasan konsumen). Model untuk regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + \dots + e$$

Keterangan :

- Y : Variabel terikat
 a : *intercept*
 X₁, X₂, X₃, X₄, X₅ : Variabel bebas
 b₁, b₂, b₃, b₄, b₅ : koefisien arah regresi
 e : standar eror

Melalui analisis regresi ini diuji kebenaran hipotesis yang telah ditetapkan untuk kemudian diinterpretasikan hasilnya. Pengujian hipotesis adalah untuk

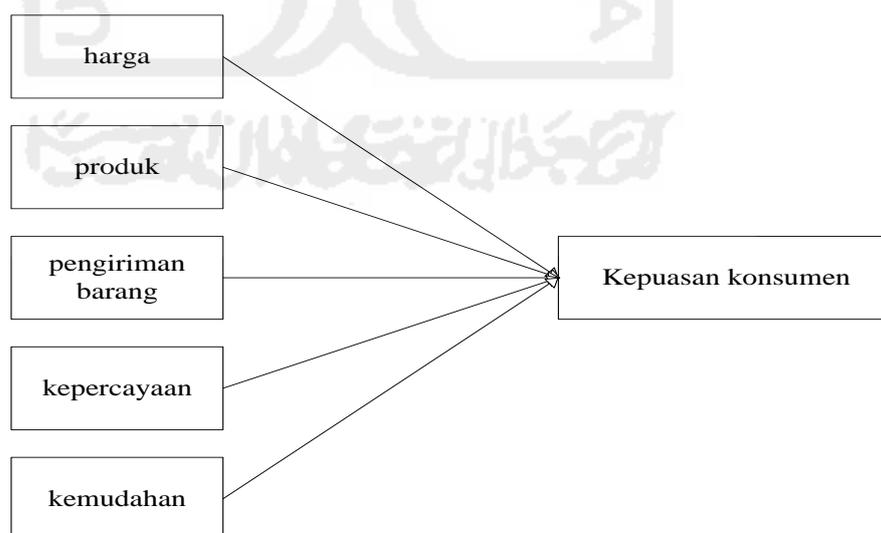
menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak. Untuk menentukan hipotesis dilakukan dengan cara menggunakan bantuan distribusi sebagai berikut :

1. Menghitung Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar variabel-variabel bebas (harga, produk, pengiriman barang, kepercayaan, dan kemudahan) mempunyai kontribusi terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen). Nilai R^2 terletak pada antara 0 sampai dengan 1. Semakin mendekati 1 berarti variabel bebas (harga, produk, pengiriman barang, kepercayaan, dan kemudahan) memiliki kontribusi yang besar terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen), sedangkan semakin mendekati 0 berarti variabel bebas (harga, produk, pengiriman barang, kepercayaan, dan kemudahan) semakin tidak memiliki kontribusi terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen).

2. Uji Hipotesis (Uji F)

Pengujian secara simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh tingkat signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% (0.05).



Gambar 3.1 Hipotesis penelitian variabel

Hipotesis yang digunakan adalah :

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = 0$, berarti secara bersama-sama tidak ada pengaruh variabel bebas (harga, produk, pengiriman barang, kepercayaan, dan kemudahan) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen).

H_a : minimalada satu $\beta_i \neq 0$, berarti variabel bebas (harga, produk, pengiriman barang, kepercayaan, dan kemudahan) ada yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen).

3.7 Kerangka Pemikiran Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian maka penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*). Menurut Singarimbun (2006) “penelitian penjelasan (*explanatory research*) adalah penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa”. Berdasarkan penelitian tersebut dapat diketahui bahwa penelitian *explanatory* dapat berguna untuk menjelaskan adanya pengaruh variabel-variabel yang diuji dengan menggunakan pengujian statistik. Dalam penelitian ini akan diketahui apakah adanya pengaruh yang signifikan mengenai harga, produk, pengiriman barang, kepercayaan, dan kemudahan terhadap kepuasan konsumen. Tahapan pemecahan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Studi Pustaka

Pada tahapan ini, dilakukan pencarian penelitian terdahulu mengenai pengaruh variabel-variabel yang diuji dengan menggunakan pengujian statistik analisis regresi linier berganda. Pencarian ini dilakukan untuk mencari ide yang digunakan untuk acuan dalam penelitian. Selain itu, juga dilakukan pencarian teori yang perlu dipahami antara lain dasar-dasar tentang *online shop*, media sosial, keputusan pembelian, dan kepuasan konsumen.

2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Berdasarkan studi pustaka yang telah dilakukan, kemudian selanjutnya merumuskan permasalahan yang akan diteliti. Dalam penelitian ini rumusan

yang akan dibahas adalah adakah pengaruh variabel harga, produk, promosi, kemasan, dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen.

3. Kuisisioner

Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk pengumpulan data adalah dengan menggunakan kuisisioner. Kuisisioner dalam penelitian ini ditujukan kepada konsumen yang pernah melakukan pembelian hijab pashmina turkey velvet di *Almondberlys Online Shop*.

4. Pengolahan Data

Kuisisioner yang telah didapat kemudian diuji kecukupan data, validitas, dan reliabilitasnya dengan bantuan program *software* SPSS 16. Selanjutnya adalah melakukan analisis data yang dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 16. Analisis data yang dilakukan yaitu :

a. Uji Asumsi klasik

Untuk meyakinkan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linier dan dapat dipergunakan (*valid*) untuk mencari peramalan, maka akan dilakukan pengujian asumsi multikolinearitas dan heteroskedastisitas.

b. Analisis Regresi Linier Berganda

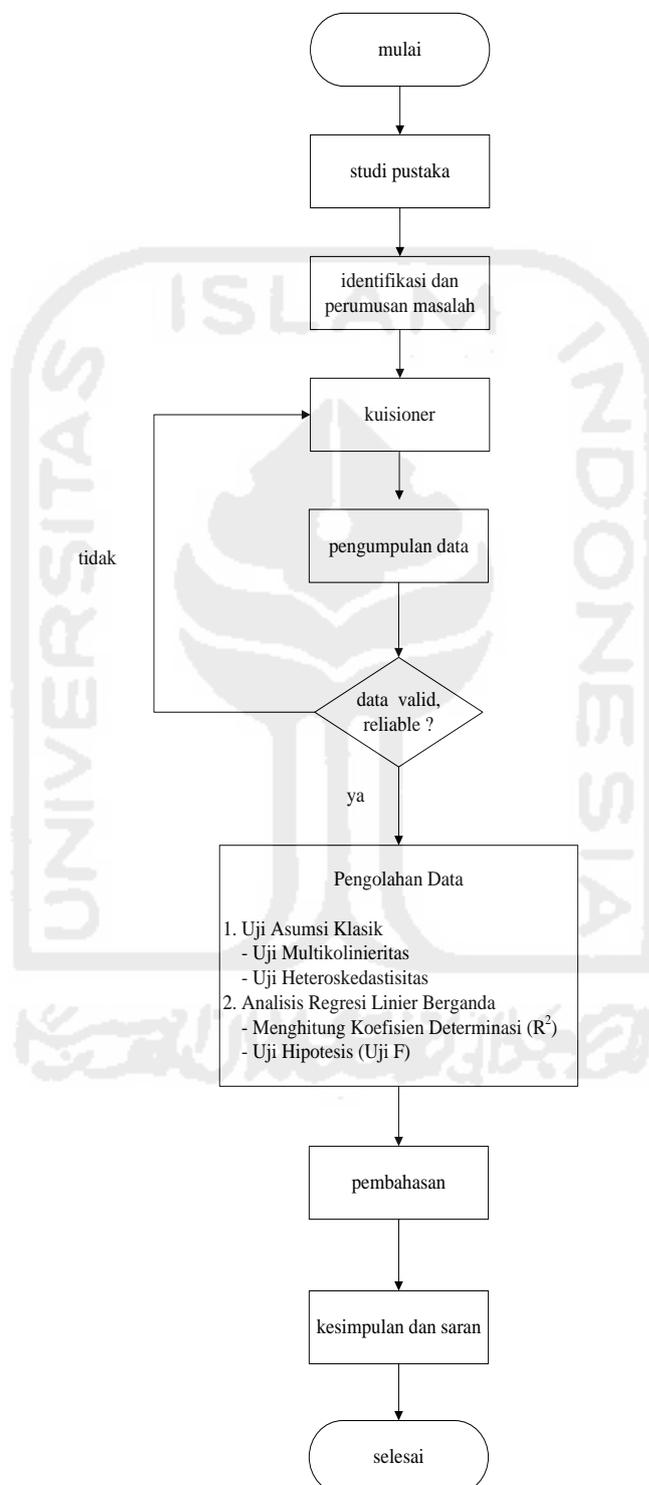
Melalui analisis regresi ini diuji kebenaran hipotesis yang telah ditetapkan untuk kemudian diinterpretasikan hasilnya. Pengujian hipotesis adalah untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak. Untuk menentukan hipotesis dilakukan dengan cara menggunakan bantuan distribusi uji koefisien determinan berganda dan uji simultan hipotesis (uji F).

5. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan berisi tentang jawaban dari hasil penelitian yang merupakan pembahasan atas pernyataan permasalahan. Saran merupakan pertimbangan dan usulan penulis yang ditujukan kepada pihak *online shop* sebagai bahan pertimbangan dalam memasarkan produk jualannya.

3.8 Diagram Alur Penelitian

Langkah-langkah penelitian yang telah dilakukan dalam pemecahan masalah tersebut dapat dilihat pada diagram alur penelitian berikut ini :



Gambar 3.2 Diagram Alur Penelitian