

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Yogyakarta. Yogyakarta dipilih sebagai lokasi penelitian dikarenakan Yogyakarta merupakan kota pelajar. Pemilihan mahasiswa sebagai subjek penelitian mengingat mahasiswa saat ini cenderung *savvy tech* atau sudah terbiasa dengan penggunaan teknologi dan internet pada kegiatan sehari-harinya (Byungura dan Ruhinda, 2018).

3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel independen (bebas) yaitu persepsi harga dan kepercayaan. Satu variabel antara (*intervening*) yaitu nilai yang dirasakan serta satu variabel dependen (terikat) yaitu niat beli. Definisi operasional dan pengukuran masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

3.2.1 Persepsi Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) mendefinisikan harga sebagai jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau memakai suatu produk atau jasa. Dapat dikatakan bahwa persepsi harga sebagai penilaian harga wajar yang dirasakan konsumen dari pengorbanannya untuk mendapatkan suatu produk. Persepsi harga berperan sebagai variabel independen yang dapat mempengaruhi nilai

yang dirasakan dan niat beli. Oleh karena itu, pengukuran harga mengacu pada indikator penelitian dari Lien *et al.*, (2015) yakni menggunakan 4 (empat) indikator yang terdiri dari:

- Harga produk yang tercantum di Shopee murah
- Harga produk yang ada di Shopee masuk akal
- Harga produk di Shopee terjangkau
- Harga produk di Shopee sesuai dengan manfaatnya

3.2.2 Kepercayaan

Kepercayaan telah didefinisikan sebagai keadaan psikologis yang terdiri dari niat untuk menerima sesuatu berdasarkan harapan positif dari niat orang lain atau kesediaan untuk bergantung pada vendor (Kim *et al.*, 2012). Kepercayaan dalam penelitian ini berperan sebagai variabel independen yang dapat mempengaruhi nilai yang dirasakan dan niat beli. Menurut Kim *et al.*, (2012) untuk mengukur variabel kepercayaan menggunakan 5 (lima) indikator, yaitu:

- Penjual di Shopee mampu melakukan tugasnya
- Penjual di Shopee menepati janji dan komitmennya
- Penjual di Shopee peduli terhadap pelanggannya
- Penjual di Shopee memenuhi tugasnya
- Penjual di Shopee dapat dipercaya

3.2.3 Nilai yang dirasakan

Zeithaml (1988) mengungkapkan bahwa nilai yang dirasakan merupakan penilaian keseluruhan konsumen terhadap manfaat suatu produk

berdasarkan persepsi tentang apa yang diterima dan apa yang diberikan. Nilai yang dirasakan dalam penelitian ini merupakan variabel antara dimana nilai yang dirasakan sebagai variabel dependen yang dipengaruhi oleh persepsi harga dan kepercayaan serta berperan sebagai variabel independen yang mempengaruhi niat beli. Indikator yang digunakan adalah berdasarkan penelitian Kim *et al.*, (2012), yaitu:

- Mempertimbangkan uang yang saya bayarkan untuk membeli produk di Shopee, belanja *online* di Shopee adalah kesepakatan yang bagus
- Mempertimbangkan upaya yang saya lakukan dalam berbelanja di Shopee, belanja *online* di sini bermanfaat
- Mempertimbangkan risiko yang terlibat dalam berbelanja di Shopee, belanja *online* di Shopee sangat berharga
- Secara keseluruhan, belanja *online* di Shopee memberikan saya nilai yang bagus

3.2.4 Niat beli

Niat pembelian biasanya terkait dengan perilaku, persepsi, dan sikap konsumen. Niat beli mengacu pada keputusan konsumen untuk pembelian produk tertentu setelah evaluasi di masa depan (Ramayah *et al.*, 2010). Niat beli merupakan variabel dependen yang dipengaruhi oleh persepsi harga, kepercayaan, dan nilai yang dirasakan. Indikator yang digunakan adalah berdasarkan penelitian Kim *et al.*, (2012) yaitu:

- Setelah meninjau aplikasi Shopee, kemungkinan pembelian produk di Shopee tinggi

- Jika saya akan membeli produk, saya akan mempertimbangkan membeli produk di Shopee dengan harga yang ditunjukkan
- Kemungkinan dalam saya mempertimbangkan pembelian produk di Shopee tinggi
- Kesiediaan saya untuk membeli produk dari Shopee tinggi

Jawaban responden diukur dengan menggunakan skala Likert, yaitu skala yang dirancang untuk memungkinkan responden menjawab setiap pernyataan yang disajikan. Skala ini memungkinkan responden untuk mengekspresikan intensitas dari perasaan mereka yang mengharuskan responden menentukan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka dari serangkaian pernyataan. Dalam penelitian ini menggunakan skala likert enam ruas, yang terdiri :

- Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi poin : 6
- Jawaban Setuju (S) diberi poin : 5
- Jawaban Agak Setuju (AS) diberi poin : 4
- Jawaban Agak Tidak Setuju (ATS) diberi poin : 3
- Jawaban Tidak Setuju (TS) diberi poin : 2
- Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi poin : 1

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi merupakan seluruh kumpulan elemen subyek penelitian yang digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan. Dalam penelitian ini,

populasinya yaitu seluruh mahasiswa di wilayah Yogyakarta yang pernah menggunakan Shopee.

Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil atau ditentukan berdasarkan karakteristik dan teknik tertentu. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *non-probability sampling*. Peneliti memilih menggunakan cara tersebut karena peneliti tidak mengetahui identitas dan jumlah anggota populasi penelitian. Jenis sampel yang dipilih oleh peneliti dalam pengambilan sampel adalah *convenience sampling*. Teknik penentuan sampel dilakukan dengan mengambil sampel secara kebetulan yang ditemui dan sesuai dengan yang dibutuhkan. Penelitian ini menggunakan sampel dari mahasiswa di wilayah Yogyakarta yang pernah menggunakan Shopee. Untuk menentukan jumlah sampelnya dengan menggunakan rumus berikut (Djarwanto dan Subagyo, 2000):

$$n = \frac{1}{4} \left(\frac{Z_{\frac{1-\alpha}{2}}}{E} \right)^2$$

Penjelasan:

n = banyaknya sampel yang diduga

Z= batas interval

α = taraf kesalahan dalam pengujian yang biasanya digunakan

E= besarnya deviasi/eror atau tingkat kesalahan estimasi

Tingkat signifikansi (α) yang digunakan adalah sebesar 1%, karena biasanya tingkat signifikansi tersebut yang digunakan dalam pengujian statistik. Dengan nilai $\alpha=1\%$ maka nilai $Z_{\frac{\alpha}{2}}= 2,58$ (sesuai dengan tabel Z). Disamping itu deviasi sampling maksimal (E) sebesar 10%, yang berarti peneliti hanya mentolerir kesalahan responden dalam proses pengambilan data tidak boleh melebihi sejumlah 10% dari keseluruhan responden. Jika melebihi 10%, maka pengambilan sampel harus diulang.

Jumlah sampel yang diteliti peneliti adalah:

$$n = 0,25 \left(\frac{2,58}{0,1} \right)^2$$

$$= 166,41$$

Berdasarkan pada perhitungan di atas, jumlah dan sampel minimal yang digunakan sebanyak 166,41 atau dapat dibulatkan 166. Dengan mempertimbangkan kecukupan alat analisis data yang terespon dengan baik, penelitian ini menggunakan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 250 responden.

3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari survey yang menggunakan kuesioner yang diisi oleh responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dipilih karena sifatnya yang fleksibel dan mudah digunakan. Jenis kuesioner yang digunakan oleh penulis untuk mendapat jawaban dari variabel penelitian adalah kuesioner dengan pernyataan tertutup dan terstruktur, sehingga responden tidak dapat memberikan alternatif jawaban. Selain itu, untuk mendapatkan deskripsi dari

identitas responden melalui kuesioner dengan pernyataan tertutup dan semi terbuka.

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini di-*upload* ke situs internet menggunakan *Google Form* untuk mahasiswa di Yogyakarta yang pernah mengakses dan membeli produk di Shopee. Sedangkan berdasarkan tipe dan sifatnya, data yang digunakan penelitian ini menggunakan data kuantitatif karena pengumpulan data-data penelitian ini berupa angka.

Susunan kuesioner terdiri dari lima bagian yaitu:

- Bagian I : berisi pernyataan tentang persepsi harga.
- Bagian II: berisi pernyataan tentang kepercayaan.
- Bagian III: berisi pernyataan tentang nilai yang dirasakan.
- Bagian IV: berisi pernyataan tentang niat beli.

Kuesioner tersebut terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Sebelumnya, kuesioner disebarkan pada 50 responden dan diolah menggunakan program SPSS versi 25. Berikut penjelasan hasil uji validitas dan reliabilitas data.

1. Uji Validitas Data

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2016). Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien produk momen dengan antar indikator variabelnya positif dan lebih besar dari taraf signifikansi (α) 5% (Ghozali, 2016). Uji validitas dilakukan dengan menggunakan 50 responden ($n=50$) dan diukur dengan program SPSS versi 25. Pengujian signifikansi dilakukan dengan

kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi 5% dengan uji 2 sisi dan $df=n-2$ (Bahri, 2018). Sehingga dengan *degree of freedom* (df)= $n-2=50-2=48$, diperoleh nilai r tabel= 0,285. Jika r hitung \geq r tabel maka *item* dapat dinyatakan valid, dan jika r hitung \leq r tabel maka *item* dinyatakan tidak valid (Bahri, 2018). Berdasarkan pada analisis yang dilakukan, maka hasil pengujian adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Uji Validitas Instrumen

Variabel	Indikator	r hitung n=50	r tabel	Keterangan
Harga	PH1	0,870	0,285	Valid
	PH2	0,897	0,285	Valid
	PH3	0,931	0,285	Valid
	PH4	0,925	0,285	Valid
Kepercayaan	K1	0,855	0,285	Valid
	K2	0,888	0,285	Valid
	K3	0,887	0,285	Valid
	K4	0,894	0,285	Valid
	K5	0,875	0,285	Valid
Nilai yang Dirasakan	NYD1	0,877	0,285	Valid
	NYD2	0,929	0,285	Valid
	NYD3	0,964	0,285	Valid
	NYD4	0,931	0,285	Valid
Niat Beli	NB1	0,933	0,285	Valid
	NB2	0,951	0,285	Valid
	NB3	0,939	0,285	Valid
	NB4	0,892	0,285	Valid

Sumber: Olah Data, 2019

Dari hasil uji validitas terhadap 50 sampel diatas, menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan menghasilkan nilai yang lebih besar dari r tabel yaitu 0,285. Dengan demikian pernyataan penelitian dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas Data

Uji reliabilitas atau keandalan yaitu proses pengukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan serta menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran itu tetap konsisten bila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan alat yang sama (Widi E., 2011). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha* sesuai kriteria yang dinyatakan oleh Ghazali (2016), yaitu jika koefisien *Cronbach Alpha* $> 0,7$ maka pertanyaan dinyatakan andal dan jika koefisien *Cronbach Alpha* $\leq 0,7$ maka pertanyaan dinyatakan tidak andal. Berdasarkan pada analisis yang dilakukan, maka hasil pengujian adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standart <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Persepsi Harga	0,926	0,7	Reliabel
Kepercayaan	0,927	0,7	Reliabel
Nilai yang Dirasakan	0,943	0,7	Reliabel
Niat Beli	0,947	0,7	Reliabel

Sumber: Olah Data, 2019

Dari hasil pengujian reliabilitas terhadap 50 sampel diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien *Cronbach's Alpha* pada masing-masing variabel nilainya lebih besar dari 0,7. Oleh karena itu, semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

3.5 Teknis Analisis Data

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menjelaskan gambaran data yang telah terkumpul. Tujuan dari analisis deskriptif ini untuk mendapatkan gambaran atau mendeskripsikan sekumpulan data hasil pengamatan sehingga mudah dipahami, dibaca, dan digunakan sebagai informasi (Bahri, 2018). Analisis deskriptif ini berisi profil responden atau subyek penelitian dan atau karakteristik data yang disajikan.

3.5.2 Alat Statistik

Data yang telah dikumpulkan dari kuesioner untuk selanjutnya dilakukan analisis statistik. Analisis statistik merupakan analisis menggunakan teknik statistika untuk membuktikan hipotesis yang diajukan. Alat analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). Model persamaan struktural (SEM) merupakan gabungan dari dua metode statistik yang secara terpisah yaitu analisis faktor (*factor analysis*) yang dikembangkan di ilmu psikologi dan psikometri serta model persamaan simultan (*simultaneous equation modeling*) yang dikembangkan di ekonometrika (Ghozali, 2017). Adapun program komputer yang digunakan untuk melakukan analisis model persamaan struktural ini adalah AMOS versi 24. Program *Analysis of Moment Structure* (AMOS) akan menunjukkan

pengukuran, masalah struktural, dan digunakan untuk menganalisis dan menguji model hipotesis.

Adapun langkah yang dilakukan dalam pengujian SEM sebagai berikut:

1) Uji Kualitas Data

a. Ukuran Sampel

Ukuran sampel memiliki peran yang sangat penting untuk interpretasi hasil SEM karena memberikan dasar estimasi bagi *sampling error*. Dalam model estimasi yang menggunakan Maximum Likelihood (ML) diperlukan paling sedikit 100 sampel. Semakin banyak jumlah sampel yang digunakan maka akan meningkatkan sensitivitas dalam pendeteksian perbedaan antar data. Oleh karena itu, Ghozali (2017) menyebutkan ukuran sampel yang direkomendasikan adalah antara 100 hingga 200 sampel.

b. Normalitas Data

Data yang sudah diperoleh harus dianalisis untuk mengetahui apakah asumsi normalitas dipenuhi, sehingga data baru dapat diolah lebih lanjut untuk permodelan SEM. Pengujian normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengevaluasi data apakah masuk dalam standar distribusi normal atau mendekatinya. Uji normalitas perlu dilakukan baik untuk normalitas data tunggal (*univariate*) maupun data menyeluruh (*multivariate*). Uji normalitas dengan program AMOS dikatakan berdistribusi normal jika nilai

critical ratio yaitu $\pm 2,58$ pada taraf signifikansi 0,01 (Ghozali, 2017).

c. Evaluasi *Outlier*

Outlier adalah suatu kondisi observasi dari suatu data yang memiliki karakteristik yang unik yang terlihat memiliki perbedaan yang jauh dari observasi-observasi lainnya dan muncul dalam bentuk yang ekstrim (Ghozali, 2017). Uji *outliers* ini dapat dilakukan dengan (Ferdinand, 2006):

a) *Univariate Outlier*

Pendeteksian *univariate outliers* dapat dilakukan dengan menentukan ambang batas yang dikategorikan sebagai *outlier* dengan cara mengubah nilai data penelitian ke dalam *standard score* atau Z-score yang memiliki nilai rata-rata nol dengan standar deviasi 1.00. Jika terdapat Z-score $\geq \pm 3$, maka disebut sebagai *univariate outliers*.

b) *Multivariate Outlier*

Meskipun hasil evaluasi data tidak menunjukkan adanya *outlier* pada tingkat *univariate*, tetapi bila data dikombinasikan dapat menjadi *outlier*. Evaluasi ini disajikan dalam output AMOS yang ditampilkan dari *mahalonobis distance*. Dasar perhitungan *mahalonobis distance* berdasarkan nilai chi square dengan derajat bebas yang disesuaikan dengan jumlah variabel bebas pada tingkat

$p < 0,001$. *Multivariate outlier* terdeteksi apabila nilai *mahalanobis distance* lebih besar dari x^2 (*chi-square*).

2) Uji *Confirmatory Factor Analysis*

Confirmatory Factor Analysis (CFA) bertujuan untuk menguji apakah indikator-indikator pembentuk variabel laten signifikan dan valid (Ghozali, 2017). Pengukuran CFA didasarkan pada uji validitas item kuesioner dan reliabilitas dari faktor loading. Uji validitas menunjukkan bagaimana variabel manifes (indikator) merefleksikan dari variabel laten yang diukur. Nilai dari uji validitas untuk dinyatakan valid haruslah memiliki faktor loading $> 0,50$ (Ghozali, 2017). Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut dapat memberi hasil yang relatif tidak jauh berbeda dari pengukuran kembali pada objek yang sama. *Construct Reliability* yang baik adalah yang memiliki nilai $> 0,70$ (Ghozali, 2017).

3) Uji Kesesuaian Model Struktural (*Goodness-of-fit*)

Pada tahap ini peneliti mengukur kesesuaian input observasi atau sesungguhnya (matriks kovarian atau korelasi) dengan prediksi dari model yang diajukan (*proposed model*). Sebelumnya terlebih dahulu dilakukan evaluasi kesesuaian data dengan asumsi dasar dalam model persamaan struktural. Selanjutnya, dikarenakan SEM sangat sensitif terhadap karakteristik distribusi data terutama yang mengandung kurtosis yang tinggi, maka harus diuji dahulu ada

tidaknya data outlier dan distribusi data juga harus normal secara multivariate.

Apabila asumsi dasar SEM telah dipenuhi, maka selanjutnya adalah melihat ada tidaknya *offending estimate*. *Offending estimate* merupakan estimasi koefisien dalam model struktural maupun model pengukuran yang nilainya diatas batas yang dapat diterima. Jika sudah dipastikan tidak ada lagi *offending estimate*, maka peneliti baru bisa melakukan penilaian *overall model fit* dengan menggunakan berbagai kriteria penilaian model fit. Adapun kriteria penilaian model fit yang digunakan sebagai berikut (Ghozali, 2017):

a) *Likelihood Ratio Chi-Square Statistic*

Likelihood ratio chi square (X^2) menunjukkan ukuran fundamental dari *overall fit*. Semakin tinggi nilai *chi square* dibandingkan terhadap *degree of freedom* menghasilkan nilai probabilitas (p) yang lebih kecil dari tingkat signifikansi (α). Semakin kecil nilai *chi square* menunjukkan semakin baik karena input matriks kovarian antara prediksi dengan observasi yang nyata tidak menunjukkan perbedaan secara signifikan (Ghozali, 2017).

b) CMIN/DF

Penilaian ini diperoleh dengan membagi nilai *chi square* dengan *degree of freedom*. Penilaian ini dianjurkan oleh beberapa pengarang untuk mengetahui nilai *chi square* (X^2) relatif yang

menunjukkan adanya perbedaan antara matriks kovarian yang diteliti dengan yang diestimasi. Ghozali (2017) menggunakan nilai rasio <2 sebagai ukuran yang fit.

c) GFI (*Goodness of Fit Index*)

Kriteria penilaian ini menunjukkan ukuran non statistik dengan menghitung perbandingan tertimbang dari varian yang ada dalam matriks kovarian data sampel dan dijelaskan dengan matriks kovarian populasi. GFI memiliki nilai yang berkisar dari nilai 0 (*poor fit*) sampai 1.0 (*perfect fit*). Semakin tinggi nilai GFI menunjukkan fit yang lebih baik. Beberapa peneliti menyarankan nilai diatas 90% sebagai ukuran *fit* yang baik (Ghozali, 2017).

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

Ukuran ini memperbaiki apabila ada kecenderungan *statistic chi square* menolak model dengan jumlah sampel yang besar. Nilai RMSEA yang dapat diterima adalah berkisar antara 0,03 sampai 0,08 (Hair *et al.*, 2010). Hasil nilai RMSEA yang sesuai baik digunakan untuk menguji sampel yang besar untuk *competing model strategy*.

e) AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*)

Penilaian ini masuk dalam ukuran *goodness of fit* dalam *incremental fit measures* yang berasal dari pengembangan penilaian GFI yang disesuaikan dengan nilai dari rasio *degree of freedom*. Semakin baik nilai AGFI menunjukkan semakin baiknya

sebuah model, dimana nilai yang disarankan adalah ≥ 0.90 (Ghozali, 2017).

f) TLI (*Tucker Lewis Index*)

TLI merupakan ukuran yang menggabungkan ukuran parsimony kedalam indeks komparasi antara model yang diuji dengan baseline model. Rentan nilai TLI antara 0 sampai 1.0. Nilai TLI yang direkomendasikan adalah ≥ 0.90 (Ghozali, 2017).

g) NFI (*Normed Fit Index*)

NFI menunjukkan ukuran proporsi dari proposed model dan null model. Range nilai dari NFI ini adalah dari 0 (*no fit at all*) sampai 1.0 (*perfect fit*). Ghozali (2017) merekomendasikan nilai NFI ≥ 0.90 .

Tabel 3.3

Kriteria Uji Goodness of Fit

No.	Goodness of Fit	Cut off value
1	Likelihood Ratio Chi-Square	Tidak Signifikan atau $p > 0.05$
2	CMIN/DF	< 2.0
3	GFI	≥ 0.90
4	RMSEA	$0.03 \leq \text{RMSEA} \leq 0.08$
5	AGFI	≥ 0.90
6	TLI	≥ 0.90
7	NFI	≥ 0.90

4) Modifikasi Model

Apabila model dinyatakan tidak fit dengan data, maka tindakan yang bisa dilakukan adalah memodifikasi model dengan menambahkan garis hubung, menambah variable jika data tersedia, atau mengurangi variable. Modifikasi model didasari dengan melihat *Modification Indices* yang dihasilkan AMOS 24. Jika model dimodifikasi, maka model tersebut terlebih dahulu harus di *cross-validated* sebelum modifikasi diterima. Nilai *Modification Indices* sama dengan terjadinya penurunan *Chi-Square* jika koefisien diestimasi.

5) Uji Hipotesis

Selanjutnya, hipotesis-hipotesis yang telah dikemukakan diuji dengan melihat hasil analisis dari tanda dan besaran dari nilai signifikannya. Apabila tanda sesuai dengan teori dan nilai signifikan $< 0,05$, maka hipotesis dinyatakan diterima. Akan tetapi, bila tanda tidak sesuai teori dan nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak.