

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian

Adapun yang menjadi obyek dalam penelitian ini adalah di Zalora.co.id, dengan subyek penelitian adalah pelanggan yang telah melakukan pembelian online.

3.2. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diambil langsung pelanggan yang melakukan pembelian online di Zalora.co.id. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui pemberian kuisisioner kepada responden, yaitu bertemu langsung atau tatap muka dengan responden dan penyebaran kuisisioner secara online. Daftar pertanyaan dalam kuisisioner dirancang sedemikian rupa untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan mengenai dimensi-dimensi dan atribut-atribut yang akan diolah berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya. Pertanyaan-pertanyaan tersebut meliputi pertanyaan yang ditujukan untuk perolehan data pengujian hipotesis.

3.3. Definisi Operasional Variabel

. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan merupakan dimensi dari e-servicescape terhadap pengaruh kepercayaan dan minat pembelian konsumen:

1. Daya Tarik Estetika

Daya tarik estetika merupakan keindahan tampilan produk yang menimbulkan daya tarik tersendiri bagi konsumen dalam media virtual keindahan tampilan produk di kemas dalam bentuk gambar dengan desain dan penataan yang menarik. Daya tarik estetika merupakan variabel independen, yaitu variabel yang mempengaruhi kepercayaan dan minat pembelian konsumen. Indikator daya tarik estetika terdiri dari : (Harris dan Goode, 2010)

- a. *website* Zalora.co.id penampilannya menarik secara visual,
- b. *website* Zalora.co.id tampilannya tampak *original*,
- c. *website* Zalora.co.id memiliki penampilan yang menghibur,

2. Tata Letak dan Fungsi

Logika menunjukkan bahwa tata letak dan fungsi dari lingkungan virtual sangat penting untuk pelanggan yang dituntut untuk melakukan segala sesuatu sendiri dan tidak bisa mengandalkan karyawan untuk membantu (harris dan Goode, 2010). Tata letak fungsi merupakan variabel independen, yaitu variabel yang mempengaruhi kepercayaan dan minat pembelian konsumen Dalam penelitian ini tata letak dan fungsi diukur melalui 4 indikator, yaitu: (Harris dan Goode, 2010)

- a. *website* Zalora.co.id berguna bagi konsumen,
- b. *website* Zalora.co.id memiliki informasi yang relevan

- c. website Zalora.co.id yang mampu menyesuaikan
- d. website Zalora.co.id tampil lebih interaktif

3. Keamanan Finansial

Meningkatnya penipuan dalam bertransaksi di internet semakin membuat konsumen berhati-hati sebelum melakukan pembelian secara *online*. Oleh karena itu keamanan dalam bertransaksi penting diperhatikan untuk tetap menjaga kepercayaan konsumen ketika melakukan aktivitas dan transaksi bisnis secara *online* pada suatu *website*. Keamanan finansial merupakan variabel independen, yaitu variabel yang mempengaruhi kepercayaan dan minat pembelian konsumen. Dalam penelitian ini keamanan finansial diukur dengan dua indikator yaitu: (Harris dan Goode, 2010)

- a. Kemudahan Pembayaran di website Zalora.co.id
- b. Persepsi Keamanan di website Zalora.co.id yang baik

4. Kepercayaan pada Website

Menurut Gefen, Mullikin, dan Munger (2003), kepercayaan adalah keyakinan yang spesifik dalam hal kompetensi, integritas, kebaikan, dan prediktabilitas. Keyakinan tersebut dalam penelitian ini dapat diartikan sebagai keyakinan spesifik seorang konsumen pada kompetensi, integritas, dan prediktabilitas suatu perusahaan penyedia layanan *online*. Dengan demikian, kepercayaan terhadap *website* merupakan kesediaan suatu pihak untuk mempercayai layanan *website* dengan penggunaan informasi pribadi ketika melakukan aktivitas dan transaksi bisnis di internet. Kepercayaan dalam penelitian ini merupakan variabel dependen yaitu variabel yang dipengaruhi oleh minat

pembelian konsumen. Kepercayaan pada *website* diukur dengan 8 *item* pertanyaan, yaitu : (Harris dan Goode,2010)

- (1) *website* Zalora.co.id lebih dari sekedar menjual produk dan mencari profit,
- (2) *website* Zalora.co.id akan menyelesaikan segala masalah pelayanan yang saya alami ketika bertransaksi,
- (3) *website* Zalora.co.id benar-benar berkomitmen untuk kepuasan konsumen,
- (4) sebagian besar informasi yang diberikan *website* Zalora.co.id mengenai produknya adalah benar,
- (5) informasi tentang layanan yang diberikan *website* Zalora.co.id tidak berlebihan (apa adanya),
- (6) jika *website* Zalora.co.id menjanjikan sesuatu tentang produknya, kemungkinan besar akan ditepati,
- (7) mengerti apa yang saya harapkan dari *website* Zalora.co.id,
- (8) secara keseluruhan, merasa dapat mempercayai *website* Zalora.co.id.

5. Niat Pembelian

Niat pembelian adalah kesediaan konsumen untuk membeli dari *website* suatu *online shop*. Konsumen yang memiliki keputusan sebelum melakukan pembelian biasanya akan merasa lebih puas dengan barang yang didapatkan dibanding dengan konsumen yang melakukan pembelian secara impulsif.

Niat pembelian dalam penelitian ini merupakan variabel dependen yaitu variabel yang dipengaruhi oleh kepercayaan konsumen. Variabel niat pembelian diukur dengan menggunakan 3 *item* pertanyaan, yaitu (Harris dan Goode,2010)

- (1) berniat untuk membeli barang lebih banyak dari *website* Zalora.co.id di masa datang,
- (2) menganggap *website* Zalora.co.id sebagai pilihan pertama saya,
- (3) berharap untuk bertransaksi lebih banyak lagi dengan *website* Zalora.co.id

3.4. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah ruang lingkup atau besaran karakteristik dari keseluruhan objek yang akan diteliti (Boedijoewono, 2001). Menurut Mustafa (2010), populasi merupakan seluruh elemen atau unsur yang diteliti. Sekaran (2006) menambahkan bahwa populasi mengacu pada keseluruhan kelompok, kejadian atau sesuatu hal yang ingin diteliti. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah semua pengunjung *website* dari zalora.co.id yang berdomisili dan pernah melakukan pembelian produk secara online.

Sampel adalah sebagian dari anggota populasi tersebut yang dijadikan responden penelitian ini. Maka teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* yaitu merupakan teknik yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Ada beberapa macam metode non probability sampling, namun dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih satuan sampling atas dasar pertimbangan sekelompok pakar di bidang ilmu yang sedang diteliti. Adapun

kriteria sampel yaitu pelanggan telah melakukan pembelian online melalui website zalora.co.id.

Menurut Hair et al.(2010) batas minimum jumlah responden adalah 5 kali jumlah parameter observasi atau indikator variabel. Pada penelitian indikator variabel yang digunakan berjumlah 20 butir, sehingga 20 dikalikan dengan 5 hasilnya adalah sebesar 100 responden.

Sedangkan penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dilakukan dengan cara online melalui *google.doc* dan *off line* yaitu penyebaran secara langsung kepada konsumen yang mudah ditemui oleh peneliti dan memiliki pengalaman melakukan pembelian online di Zalora.co.id.

3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas

3.5.1. Uji Validitas

Uji validitas data digunakan untuk menilai kesahihan setiap item yang digunakan dalam penelitian. Sehingga hasil akhir yang didapat dari uji validitas data adalah item-item yang mempunyai nilai korelatif yang ditetapkan. Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah data yang digunakan benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas diuji melalui dua tahap analisis yang pertama yaitu Analisis Faktor Konfirmatori digunakan untuk menentukan pola dengan mengukur masing-masing beban pada faktor tertentu (Hair *et al*, ,2010). Jika *loading factor* dari indikator $> 0,50$ indikator tersebut valid (Ghozali,2011).

3.5.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu alat ukur kesetabilan hasil akhir. Sehingga bilamana alat ukur yang sama digunakan untuk menguji data yang sama akan menghasilkan data yang dapat dipercaya atau reliabel. Untuk mengukur reliabilitas data dalam penelitian ini digunakan rumus: formulasi koefisien alpha *Cronbach* (Nunnally dalam Ghozali, 2011). Dengan dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika koefisien alpha *Cronbach* positif $\geq 0,60$ maka faktor tersebut reliabel.
- b. Jika koefisien alpha *Cronbach* negatif $\leq 0,60$ maka faktor tersebut tidak reliabel.

3.6. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang digunakan sebagai gambaran subyek dalam penelitian melalui data sampel atau populasi yang diambil apa adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku umum. Analisis data yang dilakukan berdasarkan karakteristik responden dan hasil jawaban dari responden kemudian ditarik kesimpulan.

3.7. Analisis Regresi Linier

Analisis Regresi Linier dibagi menjadi dua analisis yaitu Analisis regresi linier berganda dan Analisis Regresi Linier Sederhana. Model analisis regresi linier berganda dalam model penelitian ini memiliki persamaan regresi sebagai berikut :

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

$$Y = \text{Kepercayaan pada Website (KPW)}$$

$$X_1 = \text{Daya Tarik Estetika (DTE)}$$

$$X_2 = \text{Tata Letak dan Fungsi (TLF)}$$

$$X_3 = \text{Keamanan Finansial (KF)}$$

$$\beta_1 - \beta_3 = \text{Besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.}$$

Sedangkan persamaan regresi linear sederhana yang dipergunakan dalam model penelitian yaitu sebagai berikut :

$$Y = \beta_1 X$$

$$X = \text{Kepercayaan pada Website (KPW)}$$

$$Y = \text{Niat Pembelian (NP)}$$

$$\beta_1 = \text{Besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.}$$

Analisis regresi dalam penelitian ini digunakan untuk menguji hipotesis penelitian yang diajukan sebelumnya.

1. Uji F

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel independen. Langkah – langkah pengujiannya adalah :

1) Membuat Formulasi Hipotesis

H_0 : Tidak ada pengaruh positif dari variabel independent (X) secara bersamaan terhadap variabel dependent (Y)

H_a : Ada pengaruh positif antara variabel independent (X) secara bersama–sama terhadap variabel dependent (Y).

2) Menetapkan taraf signifikansi dan kriteria pengujian:

Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikansi (α) sebesar 5 %, sehingga kriteria pengujian hipotesisnya:

H_0 diterima jika Probabilitas $\geq 5\%$

H_0 ditolak jika Probabilitas $< 5\%$

3) Melakukan perhitungan dengan bantuan program SPSS 16.0

4) Kesimpulan:

Membandingkan hasil perhitungan pada langkah 3 dengan 2.

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan uji t dapat diketahui apakah lingkungan jasa yang terdiri daya tarik estetika, tata letak dan fungsi, dan keamanan finansial secara parsial berpengaruh terhadap kepercayaan pada website serta apakah kepercayaan berpengaruh terhadap niat pembelian online.

Langkah – langkah pengujiannya adalah :

1) Membuat formulasi hipotesis:

H_0 : Tidak ada pengaruh positif antara masing – masing variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

H_a : Ada pengaruh positif antara masing – masing variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

2) Menetapkan taraf signifikansi dan kriteria pengujian:

Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikansi (α) sebesar 5 %, sehingga kriteria pengujian hipotesisnya:

H_0 diterima jika Probabilitas $\geq 5\%$

H_0 ditolak jika Probabilitas $< 5\%$

3) Melakukan perhitungan dengan bantuan program SPSS 16.0

4) Kesimpulan:

Membandingkan hasil perhitungan pada langkah 3 dengan 2.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan agar model yang diperoleh benar-benar telah memenuhi asumsi-asumsi yang mendasari regresi, yaitu tidak terjadi multikolinearitas, tidak terjadi autokolerasi. Uji autokolerasi tidak dilakukan karena data yang dipakai bukan merupakan data time series. Model regresi yang diperoleh dari metode kuadrat terkecil biasa merupakan metode regresi yang menghasilkan estimator linear tidak bias yang terbaik. Kondisi ini akan terjadi jika dipenuhi beberapa asumsi yang biasa disebut dengan asumsi klasik (Ghozali, 2005), yaitu:

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Multikolinieritas suatu model dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas, (Ghozali,2005).

Prosedur pengujian :

1. Membuat formulasi hipotesis

H_0 = tidak ada multikolinieritas antar variabel independen

H_a = ada multikolinieritas antar variabel independent

2. Menentukan nilai VIF dan nilai *tolerance*

H_0 diterima jika $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,10$

H_0 ditolak jika $VIF \geq 10$ dan $Tolerance \leq 0,10$

3. Melakukan pengujian nilai VIF dan Tolerance dilakukan dengan menggunakan program SPSS

4. Buat kesimpulan berdasar hasil 2 dan 3

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi kwtidaksamaan variance dari residual satu pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali,2005).

Langkah pengujian heteroskedastisitas :

1. Menentukan hipotesis operasional

H_0 = tidak ada pengaruh heteroskedastisitas pada model regresi berganda

H_a = ada pengaruh heteroskedastisitas pada model regresi berganda

2. Menetapkan criteria penolakan dan penerimaan hipotesis

H_0 = diterima jika residual pada gambar scatterplot terlihat menyebar secara acak

H_0 = ditolak jika residual pada gambar scatterplot terlihat tidak menyebar secara acak

3. Membuat gambar Scatterplot

Pembuatan gambar scatterplot dilakukan dengan menggunakan program SPSS

4. Pembuatan kesimpulan sesuai dengan butir 2 dan 3

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Salah satu cara paling mudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Uji normalitas dengan grafik akan dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati secara visual kelihatan normal, padahal secara statistik bias sebaliknya. Oleh karena itu, disamping uji grafik lebih baik dilengkapi

dengan uji statistic (Ghozali,2005). Langkah pengujian normalitas adalah sebagai berikut :

1. Membuat formulasi hipotesis

H_0 = Data residual berdistribusi normal

H_a = Data residual tidak berdistribusi normal

2. Menetapkan criteria penolakan

H_0 = Diterima jika data tersebar sekitar garis diagonal grafik normal plot

H_0 = Ditolak jika data tersebar jauh dari garis diagonal grafik normal plot

3. Membuat gambar normal plot

Pembuatan gambar scatterplot dilakukan dengan menggunakan program SPSS

4. Pembuatan kesimpulan sesuai butir 2 dan 3

d. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik. Dengan uji linearitas, akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linear, kuadrat atau kubik. Uji yang dapat dilakukan adalah Ramsey test.

Uji Ramsey Test ini dikembangkan oleh Ramsey (1969) dalam Ghozali (2005). Ramsey menyarankan suatu uji yang disebut general test

of specification atau RESET. Untuk melakukan uji ini harus membuat suatu asumsi atau keyakinan bahwa fungsi yang benar adalah fungsi linear. Uji ini bertujuan untuk menghasilkan F-hitung,

Adapun prosedur pengujian hipotesisnya :

1. Perumusan Hipotesis

H_0 = Spesifikasi model tidak terbentuk linier

H_a = Spesifikasi model terbentuk fungsi linier

2. Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan

H_0 = Diterima jika nilai F hitung < dari F table

H_0 = Ditolak jika nilai F hitung \geq dari F table

3. Mencari F hitung dengan cara :

- a. Dapatkan fitted value dari variabel dependen dengan cara dari linear regression, pilih save dan aktifkan Dfit pada influence statistic
- b. Kemudian variabel fitted tersebut diregres bersama-sama dengan model semula sebagai variabel independent. Dapatkan nilai R^2 untuk menghitung F statistic dengan rumus :

$$F = \frac{(R_{new} - R_{old}^2) / m}{(1 - R_{new}^2) / (n - k)}$$

Dimana :

m = Jumlah variabel independen yang baru masuk

n = Jumlah data observasi

k = Banyaknya parameter dalam persamaan yang baru

R_{new}^2 = Nilai R^2 dari persamaan regresi baru

$R^2_{old} = \text{Nilai } R^2 \text{ dari persamaan regresi awal}$

4. Penarikan kesimpulan berdasarkan prosedur 2 dan 3

4. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan pengolahan data melalui SPSS, koefisien determinasi ganda (R^2) adalah angka yang menunjukkan berapa % variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel-variabel independen, atau dari 100% variabel-variabel yang berpengaruh terhadap variabel dependen, sekian % dipengaruhi oleh variabel dependen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diketahui karena tidak dimasukkan kedalam data. Semakin besar nilai koefisien determinasi ganda (R^2), maka sangat kuat dan sempurna model tersebut. Sebaliknya jika semakin kecil (0) nilai koefisien determinasi ganda (R^2), maka semakin buruk model tersebut. Secara umum dapat dikatakan bahwa besarnya koefisien determinasi ganda (R^2) berada 0 sampai 1 atau $0 < R^2 < 1$.

5. Uji Koefisien Determinasi Parsial

Uji koefisien determinasi (r^2) digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (Y) dengan variabel terikat (X) secara terpisah dari variabel lainnya. Hal ini dimaksudkan agar pengaruh variabel bebas dan variabel terikat merupakan pengaruh yang murni, yang artinya bahwa

pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen telah dikontrol oleh variabel independen lainnya. Nilai koefisien determinasi parsial (r^2) dapat dicari dengan mengkuadratkan koefisien korelasi parsial. Pada penelitian ini penghitungan koefisien korelasi dilakukan atau diolah dengan menggunakan program pengolahan data melalui SPSS. Variabel bebas yang mempunyai koefisien determinasi parsial (r^2) paling besar, menunjukkan variabel bebas tersebut mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap variabel terikatnya.

