

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan kerangka berpikir yang menjelaskan cara pandang peneliti terhadap fakta kehidupan sosial dan perlakuan terhadap teori.

Desain penelitian juga menjelaskan bagaimana peneliti memahami suatu masalah.

Desain penelitian terbagi menjadi dua bagian, yaitu desain penelitian kuantitatif dan desain penelitian kualitatif (Indriantoro & Supomo, 2014).

Desain penelitian kuantitatif merupakan desain penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan statistik, sedangkan desain penelitian kualitatif merupakan desain penelitian yang menekankan pada pemahaman

masalah dalam kehidupan sosial berdasarkan kondisi realitas, kompleks dan rinci

(Indriantoro & Supomo, 2014). Desain penelitian juga diklasifikasikan berdasarkan tujuan penelitian, karakteristik masalah dan jenis data. Desain

penelitian berdasarkan tujuan penelitian terbagi menjadi penelitian dasar dan penelitian terapan. Penelitian dasar merupakan tipe teoritis, sedangkan penelitian

terapan adalah penelitian yang menekankan pada pemecahan praktis (Indriantoro & Supomo 2014).

Penelitian dasar terdiri dari penelitian deduktif untuk menguji hipotesis melalui aplikasi teori, penelitian induktif untuk mengembangkan teori melalui fakta, sedangkan penelitian terapan terdiri dari pengembangan yang digunakan untuk mengembangkan produk baru dan penelitian aksi yang digunakan untuk memecahkan masalah tertentu (Indriantoro & Supomo, 2014). Desain penelitian juga diklasifikasikan berdasarkan masalah yang terdiri dari penelitian histori yang merupakan penelitian masalah masa lampau, penelitian deskriptif yang merupakan penelitian masalah berupa fakta saat ini dari populasi tertentu, studi kasus yang merupakan penelitian yang berkaitan dengan interaksi lingkungan, penelitian korelasional yang merupakan penelitian berupa hubungan antar dua variabel atau lebih, penelitian kausal komparatif merupakan penelitian hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Penelitian menggunakan desain penelitian kausal komparatif (Indriantoro & Supomo, 2014).

### **3.2 Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi merupakan sekelompok orang atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi dalam penelitian ini mengacu pada masyarakat di Kota Batam. Satu juta empat ratus dua puluh satu sembilan ratus enam puluh satu merupakan jumlah penduduk Batam tahun 2020.

**Tabel 3.1** Jumlah Penduduk Kota Batam

Tahun	Jumlah
2013	1.094.623
2014	1.141.816
2015	1.188.985
2016	1.236.399
2017	1.283.196
2018	1.329.773
2019	1.376.009
2020	1.421.961

Sumber : [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)

Pada penelitian ini, metode pengambilan sampel yang dipakai adalah metode *non probability sampling* atau pengambilan sampel secara tidak acak dengan teknik *purposive sampling* atau *judgement sampling*. Sampel pada penelitian ini adalah masyarakat di Kota Batam yang pernah menggunakan salah satu aplikasi *E-Commerce* Lazada, Tokopedia, Bukalapak, Blibli dan Shopee. Dalam menentukan jumlah sampel penelitian, penulis menggunakan rumus *Slovin*, adapun rumus slovin adalah sebagai berikut (Sanusi, 2011) :

$$n = \frac{N}{1 + N\alpha^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

$\alpha$  = Tingkat error

Berdasarkan rumus Slovin di atas, maka jumlah sampel yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1.421.961}{1 + 1.421.961(0,05)^2} = 399,99 \approx 400$$

Tingkat error atau kesalahan 5% dan jumlah populasi sebanyak 1.421.961, maka jumlah sampel yang didapatkan adalah 400.

### 3.3 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penentuan variabel yang akan diukur dengan berbagai macam nilai dengan tujuan memberikan gambaran yang lebih nyata mengenai masalah. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang

digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalkan variabel. Definisi operasional dalam penelitian ini adalah variabel nilai belanja hedonis (*hedonic shopping value*), nilai belanja manfaat (*utilitarian shopping value*), informasi pada situs (*web informativeness*), informasi yang efektif pada situs, hiburan (*web entertainment*), e-satisfaction (*e-satisfaction*) dan e-loyalty konsumen (*e-loyalty*).

Penelitian ini menggunakan pengukuran instrumen skala likert, yang digunakan untuk mengukur respons subyek ke dalam lima poin skala interval. Data yang digunakan merupakan tipe interval yang bernilai 1 sampai 5 dengan klasifikasi sangat tidak setuju bernilai 1, tidak setuju bernilai 2, netral bernilai 3, setuju bernilai 4 dan sangat setuju bernilai 5 (Jogiyanto, 2010).

### 3.3.1 *E-Loyalty*

*E-loyalty* merupakan variabel yang dipengaruhi dalam penelitian ini.

Variabel ini diukur dengan skala likert dengan tipe data skala interval. Variabel *e-loyalty* diukur dengan 3 pernyataan yang diadopsi dari penelitian (Vijay *et al.*, 2019).

**Tabel 3.2** Pernyataan Variabel *E-Loyalty*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Ketika saya ingin membeli sesuatu, situs perbelanjaan online adalah pilihan utama saya.					
2	Situs perbelanjaan online adalah pilihan terbaik untuk saya.					
3	Saya jarang melakukan pertimbangan Untuk beralih dari situs perbelanjaan online.					

Sumber : (Vijay *et al.*, 2019)

### 3.3.2 *E-satisfaction*

Variabel perantara penelitian, *e-satisfaction*. Variabel ini diukur dengan skala likert dengan tipe data skala interval. Variabel *e-satisfaction* diukur dengan 3 pernyataan yang diadopsi dari penelitian (Vijay *et al.*, 2019).

**Tabel 3.3** Pernyataan Variabel *E-Satisfaction*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya puas dengan performa situs perbelanjaan <i>online</i> .					
2	Saya senang dengan pengalaman menggunakan situs perbelanjaan <i>online</i> .					
3	Saya puas dengan pengalaman pembelian di pengecer <i>online</i> .					

Sumber : (Vijay *et al.*, 2019)

### 3.3.3 Hedonic Shopping Value

Variabel independen pertama dalam penelitian ini *hedonic shopping value*.

Variabel ini diukur dengan skala likert dengan tipe data skala interval. Variabel *hedonic shopping value* diukur dengan 3 pernyataan yang diadopsi dari penelitian

(Vijay *et al.*, 2019).

**Tabel 3.4** Pernyataan Variabel *Hedonic Shopping Value*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Belanja online selalu menyenangkan bagi saya.					
2	Menghabiskan waktu dengan belanja online lebih menyenangkan dibandingkan dengan aktivitas lainnya.					
3	Saya melanjutkan belanja online bukan karena saya harus, melainkan saya ingin belanja.					

Sumber : (Vijay *et al.*, 2019)

### 3.3.4 Utilitarian Shopping Value

Variabel independen kedua penelitian, yaitu *utilitarian shopping value*.

Variabel ini diukur dengan skala likert dengan tipe data skala interval. Variabel *utilitarian shopping value* diukur dengan 3 pernyataan yang diadopsi dari

penelitian (Vijay *et al.*, 2019).

**Tabel 3.5** Pernyataan Variabel *Utilitarian Shopping Value*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Produk yang dibeli secara online memiliki harga tepat dan kualitas yang baik.					
2	Saat belanja online, saya hanya mencari barang yang saya cari saja.					
3	Saya dapat membeli apa yang benar-benar saya butuhkan.					

Sumber : (Vijay *et al.*, 2019)

### 3.3.5 *Web Informativeness*

*Web informativeness* menjadi variabel bebas dalam penelitian ini. Variabel ini diukur dengan skala likert dengan tipe data skala interval. Variabel *web informativeness* pernyataan penelitian (Vijay *et al.*, 2019).

**Tabel 3.6** Pernyataan Variabel *Web Informativeness*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Situs perbelanjaan online informatif buat saya.					
2	Situs perbelanjaan online memiliki banyak informasi yang bermanfaat.					
3	Situs perbelanjaan online sangat berguna untuk saya.					
4	Situs perbelanjaan online memberikan pengetahuan luas untuk saya.					

Sumber : (Vijay *et al.*, 2019)

### 3.3.6 *Effectiveness Information*

Variabel independen keempat penelitian, yaitu *effectiveness information*. Variabel ini diukur dengan skala likert dengan tipe data skala interval. Variabel *effectiveness of information content* (Vijay *et al.*, 2019).

**Tabel 3.7** Pernyataan Variabel *Effectiveness Information*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Informasi di situs perbelanjaan online tersedia dengan mudah.					
2	Saya menemukan informasi yang tersedia situs perbelanjaan tersebut akurat.					
3	Informasi situs perbelanjaan itu lengkap.					
4	Situs perbelanjaan selalu memperbarui informasi.					
5	Informasi yang tersedia di situs perbelanjaan relevan.					

Sumber : (Vijay *et al.*, 2019)

### 3.3.7 *Web Entertainment*

*Web entertainment* menjadi variabel bebas dalam penelitian. Variabel ini diukur dengan skala likert dengan tipe data skala interval. Variabel *web entertainment* diukur dengan 3 pernyataan yang diadopsi dari penelitian (Vijay *et al.*, 2019).

**Tabel 3.8** Pernyataan Variabel *Web Entertainment*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Sangat menyenangkan untuk menjelajahi situs perbelanjaan online.					
2	Situs perbelanjaan online itu menghibur.					
3	Situs perbelanjaan online menyenangkan.					

Sumber : (Vijay *et al.*, 2019)

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.4.1 Jenis Data**

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang diperoleh melalui pengelompokan data berdasarkan variabel, jenis responden (Sugiyono, 2014). Data kuantitatif juga merupakan data yang diperoleh dari perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2014).

#### **3.4.2 Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Data primer merupakan data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti. Data sekunder atau data tidak langsung merupakan data yang tersedia sebelumnya dan dikumpulkan oleh pihak lain, peneliti tinggal memanfaatkan data menurut kebutuhan. Data sekunder biasanya berupa jurnal ilmiah, literatur, buku-buku dan artikel-artikel (Sanusi, 2011).

#### **3.4.3 Pengumpulan Data**

Penelitian mendapatkan data dari kuesioner, tujuan untuk memperoleh informasi yang relevan dari responden. Pengumpulan data kuesioner dilakukan dengan cara memberikan atau menyebarkan pernyataan secara tertulis yang telah disusun oleh peneliti yang nantinya akan dijawab oleh responden. Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner biasanya tidak memerlukan kehadiran peneliti, pengumpulan data kuesioner dapat diwakili melalui teknologi komputer email, dalam hal ini peneliti dan responden akan sulit untuk bertemu secara tatap muka ataupun langsung. Kuesioner dalam penelitian ini

menggunakan skala likert dengan tipe data interval bernilai 1 sampai 5 dengan klasifikasi sangat tidak setuju bernilai 1, tidak setuju bernilai 2, netral bernilai 3, setuju bernilai 4 dan sangat setuju bernilai 5 (Jogiyanto, 2010).

### **3.5 Analisis Data**

Penelitian menggunakan *SEM* (*Structural Equation Modeling*), multivariate (Ghozali, 2014). Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan dan menyajikan data berdasarkan variabel serta jenis responden, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis (Sugiyono, 2014). Analisis data dalam penelitian menggunakan *SEM* (*Structural Equation Modeling*). *SEM* (*Structural Equation Modeling*) merupakan suatu teknik analisis multivariate generasi kedua yang menggabungkan antara faktor analisis (*factor analysis*) dan analisis jalur (*path analysis*) (Ghozali, 2014).

### **3.6 Metode Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif menjelaskan suatu data yang telah dikumpulkan dan diringkas pada aspek-aspek penting yang berkaitan dengan data. Analisis statistik disajikan dalam bentuk grafik dan tabel yang menjelaskan letak data, bentuk data serta variasi data. Analisis statistik meliputi gambaran serta mendeskripsikan mean, median, modus, range, varian, frekuensi, nilai maksimum, nilai minimum, standar deviasi (Wibowo, 2012).

### 3.7 *Common Method Bias (CMB)*

Uji *Common Method Bias (CMB)* mengacu pada perbedaan atau kesalahan yang sama diantara variabel yang diukur yang muncul ketika diuji dengan metode yang sama (Latan & Noonan, 2017). Untuk mengukur CMB dalam penelitian ini, maka teknik yang akan digunakan adalah *Harman's one factor test (Single factor test)*. Teknik ini digunakan untuk menguji perbedaan atau kesalahan dalam data disebabkan oleh faktor tunggal (*single factor*) atau tidak. Metode ini memuat item dari semua variabel menjadi analisis eksplorasi untuk melihat apakah ada faktor tunggal yang muncul atau ada satu faktor umum yang bertanggung jawab untuk mayoritas covariance antar uji (Latan & Noonan, 2017). Nilai *CMB* harus di bawah 50%.

### 3.8 *Evaluasi Model*

Model evaluasi PLS berdasarkan pada pengukuran prediksi yang mempunyai sifat non-parametrik. Model pengukuran atau *outer model* dengan formatif indikator dievaluasi berdasarkan pada *substantive contentnya* yaitu dengan membandingkan besarnya *relatif weight* dan melihat signifikansi dari ukuran *weight* tersebut (Ghozali, 2014). Model struktural atau *inner model* dievaluasi dengan melihat persentase *variance* yang dijelaskan yaitu dengan melihat nilai  $R^2$  untuk konstruk laten dependen dengan menggunakan ukuran *Stone-Geisser Q square test* dan juga melihat besarnya koefisien jalur strukturalnya. Stabilitas dari estimasi ini dievaluasi dengan menggunakan uji *t-statistik* yang didapatkan lewat prosedur *bootstrapping* (Ghozali, 2014).

### 3.8.1 Outer Model (Model Pengukuran)

*Outer Model* sering juga disebut (*outer relation* atau *measurement model*) mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. *Convergent validity* dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara *item score/ component score dengan construct score* yang dihitung dengan PLS. Ukuran reflektif individu dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0.70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai *loading* 0.5 sampai 0.60 dianggap cukup (Ghozali, 2014).

#### 3.8.1.1 Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana perbedaan yang didapatkan melalui alat ukur yang mencerminkan perbedaan sesungguhnya di antara responden yang diteliti, valid tidaknya alat ukur bergantung pada mampu tidaknya alat pengukur memperoleh tujuan yang hendak diukur. Alat ukur yang valid bukan hanya mampu menyiratkan data dengan akurat, namun juga harus mampu memberikan gambaran yang cermat dan tepat mengenai data tersebut. Dalam menentukan kelayakan dan tidaknya suatu item yang akan digunakan, maka dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf 0,05 dengan arti suatu item dianggap memiliki tingkat diterima atau valid jika memiliki korelasi signifikan terhadap skor total item, jika suatu item memiliki nilai capaian koefisien korelasi minimal 0,03, maka dianggap memiliki daya pembeda yang cukup memuaskan atau dianggap valid (Wibowo, 2012).

### 3.8.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Reliabilitas juga menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau tidak. Dalam uji reliabilitas, terdapat metode uji reliabilitas yang digunakan untuk uji instrumen pengumpulan data yang disebut dengan metode *cronbach's Alpha*. Metode *cronbach's alpha* merupakan metode yang digunakan pada skala uji likert dengan pengukuran skala 1-5 untuk menghitung koefisien alpha, dimana data dikatakan reliabel apabila  $r_{\alpha} > r_{\text{tabel}}$  dan  $r_{\alpha} > r_{\text{tabel}}$   $df = (\alpha, n-2)$  (Wibowo, 2012).

### 3.8.2 Inner Model (Structural Model)

Hubungan antar variabel disebut dengan *inner model* atau *inner relation*, dapat disebut juga dengan *structural model*. Evaluasi *inner model* bertujuan untuk memprediksi hubungan antar variabel. Analisa *inner model* dilakukan untuk memastikan bahwa model struktural yang dibangun kuat dan akurat.

#### 3.8.2.1 Uji R Square

*R square* merupakan proporsi varian dalam variabel dependen yang dapat diprediksi oleh variabel independen. Uji *R Square* digunakan untuk menguji adanya korelasi atau hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Pengujian *R Square* dapat memberikan informasi mengenai seberapa besar variabel independen dalam memberikan informasi terhadap variabel dependennya (Ghozali, 2014).

### 3.8.2.2 Uji Quality Index

Suatu uji dalam penelitian guna mengetahui kecocokan model disebut dengan uji *quality index*. Apabila nilai *GOF* berada dalam rentang 0.25 dapat dikategorikan kuat (Ghozali & Latan, 2012). *Quality index PLS GoF* dihitung

dengan rumus sebagai berikut (Ghozali and Latan, 2015):

$$GoF = \sqrt{AVE \text{ Average} \times R^2 \text{ Average}}$$

Keterangan:

Nilai rata-rata  $AVE = AVE \text{ Average}$

Nilai rata-rata  $R^2 = R^2 \text{ Average}$