

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah *explanatory research* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian eksplanatori (*explanatory research*) merupakan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lain atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Penelitian ini dimaksudkan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Sukirman, 2020:43).

Tujuan penelitian ini yaitu menganalisis hubungan antar variabel, yaitu variabel eksogen terdiri dari variabel kualitas *website* (X1) dan citra perusahaan (X2), sedangkan untuk variabel endogen terdiri dari minat beli (Y) dan *trust* (Z) sebagai variabel intervening. Lokasi penelitian ini di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Objek penelitian ini yaitu pengguna Blibli.com dari Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

3.2 Variabel Penelitian

3.2.1 Jenis Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang lain, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan dalam peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:67). Variabel sendiri dapat didefinisikan sebagai objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Penelitian ini menggunakan tiga variabel, yaitu :

1. Variabel eksogen adalah variabel bebas atau penjelas yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubahnya variabel endogen (Sugiyono, 2016:90). Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah :
 - a. Kualitas *website* (X_1)
 - b. Citra perusahaan (X_2)
2. Variabel endogen adalah variabel yang tercakup dalam hipotesis yang dipengaruhi oleh variabel lainnya (Robbins, 2019:155). Variabel endogen dalam penelitian ini adalah minat beli (Y).
3. Variabel intervening merupakan variabel yang mempengaruhi hubungan antar variabel eksogen dan variabel endogen (Sugiyono, 2016:27). Variabel intervening dalam penelitian ini adalah *trust* (Z).

3.2.2 Definisi Operasional Variabel

3.2.2.1 Kualitas Website

Cahyati & Mandala (2019) mengemukakan bahwa *Website* merupakan sarana yang penting bagi *e-commerce* untuk berkomunikasi dengan pelanggan, tampilan *website* yang professional dan berkualitas dapat memberikan rasa nyaman untuk konsumen. Indikator kualitas *website* (Anggraeni & Karmilasar, 2019) yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. *Usefulness* (kegunaan fitur atau menu bagi pengguna).
2. *Responsiveness* (Ketanggapan dalam memecahkan masalah)
3. *Information Accuracy* (Keakuratan Informasi yang disampaikan kepada pengguna).
4. *Ease of use* (Kemudahan dalam penggunaan *website*)

5. *Web Appearance* (Penampilan Website).

3.2.2.2 Citra Perusahaan

Citra perusahaan merupakan salah satu bagian terpenting yang dimiliki oleh suatu perusahaan, baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil (Yasa & Permata, 2020:12). Indikator citra perusahaan (Kanaidi, 2018) yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Sekumpulan kesan (*impressions*)
2. Kepercayaan (*beliefs*)
3. Sikap (*attitudes*)

Indikator citra perusahaan (Harrison Sari, 2013) yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Reputasi
2. Identitas perusahaan

3.2.2.3 *Trust*

Menurut Peelen dan Beltman (2013:11) *trust* atau kepercayaan konsumen adalah sebuah kemauan untuk bergantung terhadap rekan yang dapat dipercayai.

Indikator *trust* (Singh, 2018) yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Keandalan.
2. Kejujuran
3. Kepedulian
4. Kredibilitas
5. Kompetensi

3.2.2.4 Minat Beli

Menurut Kotler & Amstrong (Algiffary dkk, 2020) minat beli adalah suatu pola pikir yang muncul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihat, lalu muncul keinginan untuk membeli dan memiliki. Indikator minat beli (Abzari *et al*, 2014) yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Minat transaksional
2. Minat referensial
3. Minat preferensial
4. Minat eksploratif

Indikator minat beli (Muhammad & Munawaroh, 2018) yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. *Interest*

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan metode kuesioner. Penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur dengan instrumen penelitian sehingga data yang terdiri dari dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik (Sukirman, 2020:46).

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder (Sukirman, 2020:47). Data primer dalam penelitian ini adalah wawancara beberapa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria

Kudus. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini berisi dua bagian utama. Bagian yang pertama adalah tentang data responden yang berhubungan dengan identitas responden. Sedangkan bagian kedua berdasarkan pernyataan responden. Data sekunder dalam penelitian ini ialah data yang bersumber dari perusahaan (Sukirman, 2020:47). Data yang diperlukan yaitu sejarah Blibli.com. Selain sumber internal, juga menggunakan sumber eksternal berupa buku-buku dan penelitian terdahulu dari perpustakaan.

3.4 Populasi Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi ialah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti (Ferdinand, 2018:171). Populasi yang akan diambil adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus pengguna Blibli.com yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti.

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi yang akan diteliti (Ferdinand, 2018:171). Lokasi penelitian ini berfokus di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus dengan responden penelitian yang merupakan konsumen Blibli.com, karena mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus pengguna Blibli.com tidak diketahui jumlahnya secara pasti.

Analisis SEM memerlukan sampel minimum 5 kali jumlah variabel yang akan dianalisis (Ferdinand, 2018: 173). Penelitian yang menggunakan 20

parameter dibutuhkan sampel sebesar 20 x 5 atau 100 sampel. Sampel yang ideal yaitu antara 100 – 200 sampel. sampel sejumlah indikator dikalikan 5 sampai dengan 10 (Ferdinand, 2018: 173), sehingga dengan mengalikan 20 indikator x 5 didapatkan 100 sampel.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang didasarkan suatu pertimbangan, seperti ciri-ciri atau sifat-sifat suatu populasi (Notoatmodjo, 2015:72). Adapun pertimbangan yang harus dipenuhi oleh responden untuk dapat digunakan sebagai sampel adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang mengunjungi Blibli.com minimal 3x dalam 1 tahun terakhir.

3.5 Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner (Juliansyah Noor, 2021:38). Kuesioner, yaitu suatu daftar pertanyaan yang disusun secara tertulis dan disebarakan untuk mendapatkan informasi atau keterangan yang berupa jawaban atas kuesioner yang diajukan kepada responden (Sugiyono, 2016). Kuesioner yang digunakan adalah tipe pilihan untuk memudahkan responden dalam memberikan jawaban, karena alternatif jawaban sudah disediakan dan hanya membutuhkan waktu yang singkat untuk menjawabnya.

3.6 Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan dengan langkah-langkah berikut :

a. Pengeditan (*Editing*)

Proses yang dilakukan setelah data terkumpul melihat apakah jawaban pada kuisioner telah lengkap.

b. Pemberian Kode (*Coding*)

Proses pemberian kode berupa angka jawaban pertanyaan untuk memperoleh data kuantitatif yang diperlukan dalam pengujian hipotesis.

c. Pemberian Skor (*Scoring*)

Menggunakan skala Likert dengan menggunakan lima kategori dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skala Likert

Keterangan	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Ferdinand (2018:71).

d. Pengelompokan (*Tabulating*)

Proses pengelompokan atas jawaban yang diteliti dan teratur kemudian dihitung dan dijumlahkan sampai terwujud dalam bentuk tabel yang berguna.

e. Proses Komputer

Penggunaan alat bantu komputer dalam menganalisis data statistik dengan menggunakan program SEM (*Structural Equation Model*) yang dioperasikan melalui program AMOS v.24.

3.7 Uji Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Tujuan analisis validitas adalah untuk mengetahui ambang batas kemampuan suatu indikator (*manifestasi variabel*) dalam mengubah variabel yang bersangkutan. Suatu variabel dikatakan mempunyai validitas yang baik terhadap konstruk berikutnya apabila memperhatikan beberapa hal di bawah ini (Haryadi, 2018):

3.3.1 *Convergent Validity*

Validitas konvergen mengacu pada kemampuan suatu indikator untuk melakukan konvergensi atau berbagi (membagi) proporsi varians yang tinggi dalam sekumpulan data. Untuk mengurangi keandalan sampel, seseorang mungkin memeriksa faktor muatannya. Nilai *standardized loading estimate* lebih dari 0,70.

3.3.2 *Discriminant Validity*

Discriminant validity mengukur sampai berapa jauh suatu konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lainnya. Nilai *discriminant validity* yang tinggi memberikan bukti bahwa suatu konstruk adalah unik dan mampu menangkap fenomena yang diukur. Cara mengujinya adalah membandingkan nilai akar kuadrat dari AVE (\sqrt{AVE}) dengan nilai korelasi antar konstruk.

3.3.3 AVE (*Average Variance Extranct*)

Validitas diskriminan mengukur seberapa besar perbedaan suatu konstruk dengan konstruk lainnya. Validitas diskriminan yang tinggi menghasilkan kesimpulan bahwa suatu konstruk tertentu adalah unik dan mampu menjelaskan

fenomena yang diamati. Cara untuk menentukannya adalah dengan membandingkan nilai akar kuadrat AVE (\sqrt{AVE}) dengan nilai antar konstruk antar. Nilai AVE harus lebih besar dari > 0.5 .

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran konsistensi internal dari sekumpulan indikator-indikator dari suatu variabel bentukan tertentu yang menunjukkan sejauh mana setiap indikator menetapkan dirinya sebagai standar untuk suatu variabel bentukan tertentu. Ada dua metode yang dapat digunakan: ekstraksi varians dan reliabilitas komposit (konstruk). *Cut-off value* dari *construct reliability* adalah minimal 0,70.

3.8 Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah model kausalitas atau hubungan atau pengaruh dan untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, maka teknik analisis yang digunakan adalah SEM atau *Structural Equation Model* yang dioperasikan melalui program AMOS v. 24. Untuk membuat permodelan SEM yang lengkap perlu dilakukan langkah-langkah berikut:

1. Pengembangan Model Teoritis

Dalam SEM, hal yang harus dilakukan adalah melakukan serangkaian eksplorasi ilmiah melalui telaah pustaka guna mendapatkan justifikasi atas model teoritis yang dikembangkan. SEM digunakan bukan untuk menghasilkan sebuah model, tetapi digunakan untuk mengkonfirmasi model teoritis tersebut melalui data empirik.

2. Pengembangan *Path Diagram* Atau Diagram Alur

Dalam langkah kedua ini, model teoritis yang telah dibangun pada tahap pertama akan digambarkan dalam sebuah *path diagram*, yang akan mempermudah untuk melihat hubungan-hubungan kausalitas yang ingin diuji. Dalam diagram alur, hubungan antar konstruk akan dinyatakan melalui anak panah. Anak panah yang lurus menunjukkan hubungan kausal yang langsung antara satu konstruk. Sedangkan garis-garis lengkung antar konstruk dengan anak panah pada setiap ujungnya menunjukkan korelasi antar konstruk.

3. Konversi Diagram Alur ke dalam Persamaan Struktural dan Model Pengukuran

Persamaan yang didapat dari diagram alur yang dikonversi terdiri dari *Structural Equation* atau persamaan struktural. Persamaan *Measurement Model* menentukan serangkaian matrik yang menunjukkan korelasi yang dihipotesakan antar konstruk atau variabel.

Model Persamaan Struktural

$$Z = b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = b_3X_1 + b_4X_2 + b_5Y + e$$

Keterangan:

Z= Variabel laten endogen (*Trust*)

Y= Variabel laten endogen (Minat beli)

b₁, b₂, b₃, b₄, b₅= Koefisien Regresi

X₁= Variabel laten eksogen (*Kualitas Website*)

X₂= Variabel laten eksogen (*Citra Perusahaan*)

e= *Unobserved exogenous*

4. Memilih Matrik Input dan Estimasi Model

Pada penelitian ini matrik inputnya adalah matrik kovarian atau matrik korelasi. Hal ini dilakukan karena fokus SEM bukan pada data individual, tetapi pola hubungan antar responden. Dalam hal ini ukuran sampel memegang peranan penting untuk mengestimasi kesalahan sampling. Untuk itu ukuran sampling jangan terlalu besar karena akan menjadi sangat sensitif sehingga akan sulit mendapatkan ukuran *goodness of fit* yang memuaskan.

5. Menganalisa Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi

Problem identifikasi pada prinsipnya adalah *problem* mengenai ketidakmampuan model yang dikembangkan menghasilkan estimasi yang unik. Bila setiap kali estimasi dilakukan muncul *problem* identifikasi, maka sebaiknya model dipertimbangkan ulang dengan mengembangkan lebih banyak konstruk. Disebutkan beberapa indikasi *problem*:

- a. *Standard error* untuk satu atau beberapa koefisien adalah sangat besar.
- b. Program tidak mampu menghasilkan matrik informasi yang seharusnya disajikan.
- c. Munculnya angka-angka yang aneh seperti adanya *varians error* yang negatif.
- d. Munculnya korelasi yang sangat tinggi antar koefisien estimasi yang didapat (misalnya lebih dari 0,9).

6. Evaluasi Kriteria *Goodness Of Fit*

Pada tahap ini dilakukan pengujian terhadap kesesuaian model terhadap berbagai kriteria *goodness of fit*. Disebutkan beberapa indeks kesesuaian dan *cut*

of value untuk menguji apakah sebuah model dapat diterima atau ditolak antara lain:

- a. X^2 - *Chi-Square* statistik. Semakin kecil nilai *Chi-Square*, semakin baik model itu berdasarkan probabilitas dengan *cut-off value* (Ferdinand, 2018:114).
- b. RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*). Diharapkan nilai estimasi model sebesar lebih kecil atau sama dengan 0,08 (Ferdinand, 2018:114).
- c. GFI (*Goodness of fit Index*). Nilai yang direkomendasikan pada syarat ini sebesar $\geq 0,90$ (Ferdinand, 2018:114).
- d. AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*). Nilai yang direkomendasikan adalah ≥ 0.90 (Ferdinand, 2018:114).
- e. CMIN/DF (*The Minimum Sample Discrepancy Function*). Nilai sebesar kurang dari 2.0 menunjukkan indikasi *acceptable fit* antara model (Ferdinand, 2018:114).
- f. TLI (*Tucker Lewis Index*). Nilai yang direkomendasikan pada syarat ini adalah ≥ 0.95 (Ferdinand, 2018:114).
- g. CFI (*Comparative Fit Index*). Nilai yang direkomendasikan adalah CFI ≥ 0.95 (Ferdinand, 2018:114).

3.9 Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk melihat sebaran data dalam kategori normal atau tidak. Uji normalitas data dilakukan baik data tunggal maupun *multivariate*. Serta dilakukan dengan mengamati nilai kritis hasil pengujian

assessment of normality pada AMOS. Kriteria nilai kritis yang ditetapkan yaitu, nilai *cr* untuk *multivariate* $< 2,58$ (Ghozali, 2019:100).

3.10 Uji Outlier

Evaluasi outlier dilakukan untuk melihat kondisi observasi sebuah data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat berbeda dari observasi-observasi lainnya dan muncul dalam bentuk ekstrim, baik variabel tunggal atau kombinasi. Nilai *mahalanobis distance* dibandingkan dengan nilai *chi square*. Apabila nilai *mahalanobis distance* $<$ *chi square table* maka tidak terdapat masalah *multivariate outlier* (Ghozali, 2019:108).

3.11 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi yang dijalankan dengan *software* AMOS. Berdasarkan hasil persamaan struktural AMOS akan diperoleh *critical ratio* dan koefisien *path* sehingga dapat diketahui hubungan dan pengaruh antar variabel. Apabila *critical ratio* nya lebih besar dari 1,64 dan *probability* kurang dari 0,05 maka hipotesis (Ghozali, 2019:225).

3.12 Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Pengujian mediasi dalam penelitian ini dengan memakai *direct effect* dan *indirect effect* dari hasil perhitungan. *Direct Effect* (DE) merupakan pengaruh langsung yang dapat dilihat dari koefisien jalur dari variabel eksogen ke variabel endogen. Pada hasil pengujian tahap akhir terhadap model keseluruhan, maka dapat dituliskan persamaan model matematik dengan nilai *squared multiple correlation* yang dalam statistik dikenal dengan R^2 . *Indirect Effect* (IE) adalah urutan jalur melalui satu atau lebih variabel perantara. Sedangkan *Total Effect*

(TE) adalah hasil penjumlahan pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung. *Direct effect* dan *Indirect Effect* adalah merupakan pengujian yang digunakan agar dapat mengetahui suatu hubungan melalui sebuah variabel mediasi atau bias menjadi mediator secara signifikan atau tidak (Arikunto, 2014:275). Oleh karena hal itu, nilai *indirect effect* harus lebih besar dari nilai *direct effect* agar variabel mediasi yang digunakan dapat berhasil dan memiliki kekuatan sebagai mediasi variabel lain (Sugiyono, 2016:40).

