

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

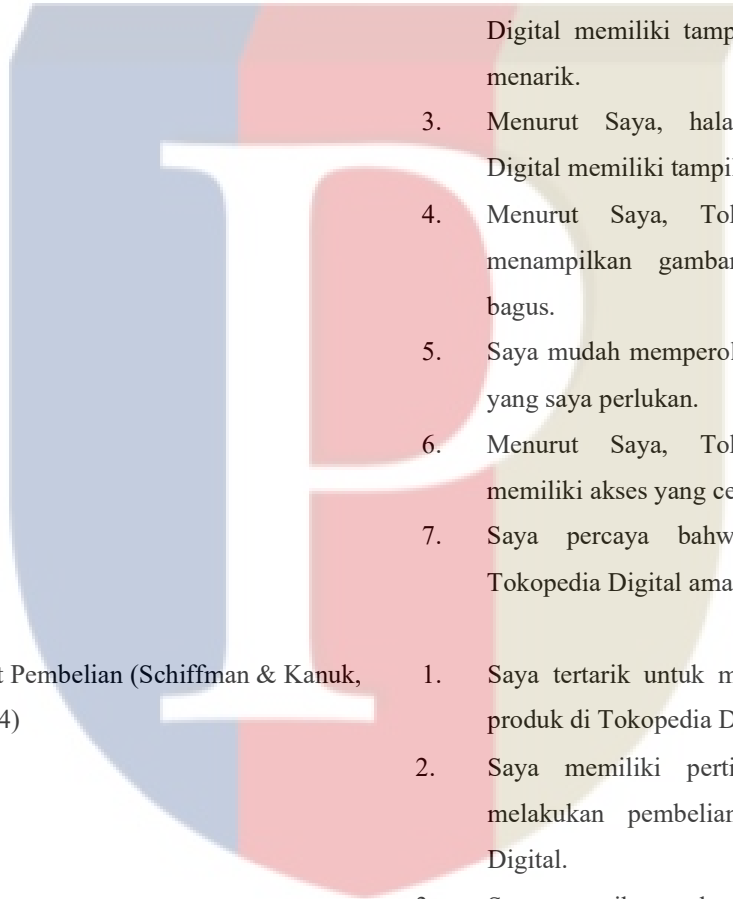
Penelitian ini dilakukan melalui desain penelitian eksplanatif dengan tujuan melakukan pengukuran pengaruh kesadaran merek dan persepsi kualitas terhadap niat pembelian produk Tokopedia Digital di DKI Jakarta. Metode dalam melakukan penelitian ini menggunakan metode penelitian kausal untuk membahas kesadaran merek mempengaruhi niat pembelian dan persepsi kualitas mempengaruhi niat pembelian. Penelitian ini berbasis regresi linear berganda dengan pemanfaatan *Statistical Program for Social Science (SPSS)* sebagai alat untuk menganalisis data. Objek penelitian yang terlibat dalam penelitian ini ialah sebagian masyarakat (individu) di DKI Jakarta yang pernah melakukan transaksi produk Tokopedia Digital. Dimensi dari waktu penelitian ini ialah *cross sectional* dengan pola penyebaran kuesioner di suatu tempat dan berlangsung dalam satu waktu.

3.2 Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Kumpulan variabel dan definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Variabel dan Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Pernyataan
1	Kesadaran merek (Supriyanto & Ernawaty, 2010)	<ol style="list-style-type: none">1. Menurut Saya, merek Tokopedia Digital mudah dikenali.2. Menurut Saya, merek Tokopedia Digital mudah diingat.3. Menurut Saya, merek Tokopedia Digital mudah diucapkan.4. Saya mampu menjelaskan secara singkat tentang merek Tokopedia Digital.

- 
5. Saya mampu menjelaskan produk atau jasa yang ada di Tokopedia Digital.
 6. Merek Tokopedia Digital mampu meningkatkan citra produk atau jasa yang ditawarkan.
 7. Menurut Saya, Tokopedia Digital mampu menarik pelanggan baru.
- 2 Persepsi kualitas (Yoo & Donthu, 2001)
1. Saya mudah mencari informasi yang saya butuhkan di Tokopedia Digital.
 2. Menurut Saya, halaman Tokopedia Digital memiliki tampilan warna yang menarik.
 3. Menurut Saya, halaman Tokopedia Digital memiliki tampilan yang kreatif.
 4. Menurut Saya, Tokopedia Digital menampilkan gambar produk yang bagus.
 5. Saya mudah memperoleh data transaksi yang saya perlukan.
 6. Menurut Saya, Tokopedia Digital memiliki akses yang cepat.
 7. Saya percaya bahwa transaksi di Tokopedia Digital aman.
- 3 Niat Pembelian (Schiffman & Kanuk, 2004)
1. Saya tertarik untuk mencari informasi produk di Tokopedia Digital.
 2. Saya memiliki pertimbangan untuk melakukan pembelian di Tokopedia Digital.
 3. Saya tertarik untuk mencoba produk baru di Tokopedia Digital.
 4. Saya memiliki keinginan untuk mengetahui produk baru yang ada di Tokopedia Digital.
 5. Saya ingin membeli produk baru yang ditawarkan Tokopedia Digital.

Sumber: Berbagai Sumber

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Penelitian ini dibentuk dari populasi seluruh masyarakat di kota Jakarta Barat yang pernah melakukan transaksi produk Tokopedia Digital. Sehubungan dengan tingkat populasi yang tidak diketahui secara pasti, proses pengambilan sampel penelitian dilakukan dengan pemanfaatan *non-probability sampling* melalui teknik *convenience sampling*. “*Non-probability sampling* merupakan metode pengumpulan sampel dengan tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap sampel yang dipilih” (Sugiyono, 2010). “*Convenience sampling* merupakan upaya pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti melalui penyesuaian peneliti terhadap kenyamanan pengumpulan data dari jumlah responden yang telah ditetapkan” (Curtis & Ramsden, 2011). Teknik *convenience sampling* dilaksanakan dalam penelitian ini karena batasan penelitian berupa lokasi penelitian terbatas hanya tersebar untuk 100 responden yang berada di wilayah DKI Jakarta dan waktu penelitian yang singkat. *Convenience sampling* menawarkan keunggulan berupa metode perolehan data yang membutuhkan waktu singkat (Burns dkk, 2010).

Roscoe (1975) dalam Arum (2012) mengungkapkan bahwa dalam melakukan penelitian diperlukan jumlah sampel berkisar antara 30 hingga 500 orang. Penelitian dilakukan dengan melibatkan 100 orang sebagai responden untuk keperluan pengumpulan data penelitian. Jumlah sampel yang dibutuhkan untuk penelitian ini telah memenuhi pernyataan jumlah ketentuan responden yang digagas oleh Roscoe (1975) dalam Arum (2012).

3.4 Metode Pengumpulan Data

Data pada penelitian ini diperoleh melalui data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2009) dalam Batubara (2013), “data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui keterangan atau penjelasan yang dipaparkan oleh sumber merupakan data primer. Data sekunder adalah perolehan data melalui sumber yang tidak diperoleh secara langsung yakni melalui literatur atau penelitian terdahulu”. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui proses penyebaran kuesioner penelitian secara daring melalui *google forms*. Menurut Evans & Mathur

(2005), penyebaran angket melalui daring dapat memberikan beberapa keuntungan antara lain angket bersifat fleksibel sehingga dapat disesuaikan dalam berbagai format, menawarkan jangka proses pengumpulan data yang lebih singkat, akses persebaran yang luas melalui pemanfaatan teknologi, kemudahan dalam memperoleh dan mengelolah data angket. Dengan pemanfaatan *google forms*, peneliti mampu memperoleh responden untuk melengkapi kuesioner penelitian lebih mudah dikarenakan proses persebaran kuesioner dapat dilakukan secara daring dengan mengirimkan tautan kuesioner.

Kuesioner terdiri atas dua bagian yakni bagian profil responden dan bagian pernyataan berbasis indikator-indikator penelitian dari kesadaran merek, persepsi kualitas dan niat pembelian. Skala likert antara 1 hingga 5 menjadi opsi pilihan dalam menyatakan jawaban kuesioner.

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui proses penelusuran dari berbagai sumber buku, jurnal, skripsi atau situs yang menyajikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Pemanfaatan dari data sekunder yang diperoleh digunakan untuk mengumpulkan berbagai teori dan indikator yang berhubungan dengan penelitian, membentuk penelitian berdasarkan penelitian terdahulu, dan menyusun gagasan hipotesis. Data sekunder juga dimanfaatkan sebagai gagasan untuk menyusun indikator-indikator pernyataan dalam kuesioner. Penelitian ini memanfaatkan metode pengumpulan data kuantitatif pada kuesioner untuk memperoleh angka atas pilihan jawaban responden dan dimensi penelitian *cross sectional*.

3.5 Lokasi dan Waktu

Penelitian dilaksanakan pada wilayah DKI Jakarta. Waktu penelitian dilakukan sejak Oktober 2018 hingga Juli 2019. Pada Oktober 2018 hingga Desember 2018, penyusunan penelitian dilakukan secara bertahap melalui perumusan bab 1, bab 2 dan bab 3. Selanjutnya, peneliti melakukan proses penyusunan kuesioner dimulai sejak April 2019. Proses penyebaran kuesioner

berlangsung pada akhir Mei 2019 hingga awal Juni 2019. Pengelolahan data kuesioner berlangsung dari Juni 2019 hingga Juli 2019.

3.6 Metode Analisis Data

Pada penelitian berbasis kuantitatif, maka diperlukan analisis data dengan tujuan untuk memperoleh kumpulan informasi yang diperoleh dari responden selama kegiatan penelitian dilaksanakan. Proses analisis data penelitian yang diperoleh telah diolah dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS).

3.6.1 Skala dan Angka Penafsiran

Penelitian ini menggunakan skala likert yang dikenal sebagai metode perhitungan jawaban responden dalam memberi persetujuan terhadap pernyataan-pernyataan indikator suatu variabel. Menurut Batmetan & Pinatik (2018), “skala likert digagas oleh Rensis Likert untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap suatu pernyataan dengan memilih jawaban berdasarkan skala matriks ordinal”.

Tabel 3.2 Skala Likert

Pernyataan Kuesioner	STS	TS	RR	S	SS
	1	2	3	4	5

Sumber: Batmetan dan Pinatik (2018)

Skala tersebut disediakan dalam pilihan 1 hingga 5 dengan opsi 1 menyatakan responden sangat tidak setuju terhadap pernyataan angket, opsi 2 menyatakan responden tidak setuju terhadap pernyataan angket, opsi 3 menyatakan keraguan responden terhadap pernyataan angket, opsi 4 menyatakan responden setuju terhadap pernyataan angket, dan opsi 5 menyatakan responden sangat setuju terhadap pernyataan angket.

Persebaran interval angka 1 hingga 5 tersebut menghasilkan angka penafsiran yang berfungsi sebagai penilaian dari angka yang telah didapatkan. Perhitungan angka penafsiran dapat diukur melalui formulasi sebagai berikut:

$$\text{Interval Angka Penafsiran} = \frac{X_n - X_1}{k}$$

Keterangan:

X_n = Angka terbesar

X_1 = Angka terkecil

k = Jumlah kelas

Sumber: Sugiyono (2010)

Berdasarkan formulasi di atas, angka terbesar dari skala perhitungan ialah 5, angka terkecil dari skala perhitungan ialah 1, dan jumlah kelas yang dimiliki ialah 5. Melalui data tersebut, maka angka penafsiran yang dihasilkan dalam penelitian ini berdasarkan formula di atas ialah:

$$\text{Interval Angka Penafsiran} = \frac{5-1}{5}$$

$$\text{Interval Angka Penafsiran} = 0,8$$

Tabel 3.3 Interval Angka Penafsiran

Interval Angka Penafsiran	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Ragu-Ragu
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Hasil Perhitungan Interval Angka Penafsiran

3.6.2 Persamaan Regresi

Trihendradi (2013) dalam Kusumawijaya dkk (2017) menuturkan bahwa “analisis regresi berganda (*multiple regression*) merupakan hubungan fungsional

antar variabel dependen dengan variabel independen lainnya dalam suatu penelitian”. Perhitungan analisis ini dapat menggunakan model matematika sebagai berikut:

$$Y=a+b_1X_1+b_2X_2+\dots+b_nX_n$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

a = Nilai konstanta

b = Koefisien regresi

X = Variabel independen

Sumber: Trihendradi (2013) dalam Kusumawijaya dkk (2017)

Untuk mengawali proses perhitungan pada penelitian ini, maka dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas sebagai wujud uji kualitas data. Selanjutnya, uji asumsi klasik dilaksanakan melalui pengujian normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinieritas. Tahapan berikutnya merupakan uji F (uji simultan), koefisien determinasi (R^2), dan uji T (uji parsial).

3.6.3 Uji Kualitas Data

Pengukuran setiap variabel dari angket dilakukan melalui uji validitas dan uji reliabilitas untuk mengetahui keabsahan dan keterandalan variabel pada angket. Melalui uji validitas dan uji reliabilitas, maka hubungan antar variabel dapat diketahui untuk memberikan kesimpulan dalam penelitian.

Menurut Ghozali (2009) dalam Oktavianingrum dkk (2015), “uji validitas dimanfaatkan dalam pengukuran keabsahan dari suatu angket. Apabila dalam hasil pengukuran terdapat r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} dan memiliki nilai positif, maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing pernyataan yang terdapat pada angket bersifat absah”. Pengujian validitas dilakukan melalui formulasi sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi antar variabel

n = jumlah responden atau sampel

$\sum X$ = Jumlah skor item

$\sum Y$ = Jumlah skor total

Sumber: Khasan dkk (2016)

Menurut Umar (2006) dalam Nugroho (2018), uji reliabilitas merupakan jumlah nilai yang mengindikasikan ketetapan pengukuran dari indikator-indikator dalam angket. Pengujian reliabilitas dilakukan melalui teknik koefisien alfa. Menurut Ghozali (2011) dalam Sasongko & Putri (2017), “suatu hasil uji reliabilitas dapat dinyatakan bersifat reliabel apabila memiliki nilai koefisien alfa di atas 0,6”. Pada penerapan teknik tersebut dilakukan melalui formulasi sebagai berikut:

$$r = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan:

r = koefisien instrumen reliabilitas

k = jumlah butir pernyataan

σ_i^2 = total varian butir pernyataan

σ^2 = total varian

Sumber: Nurgiantoro (2002) dalam Hartanto dkk (2018)

3.6.4 Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini memanfaatkan beberapa teknik uji asumsi klasik yakni uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas. Tahap pengujian ini dilakukan sebelum memasuki proses analisis regresi berganda. Di bagian ini, terdapat penjelasan mengenai pengujian dari uji asumsi klasik yang dilaksanakan dalam penelitian ini.

Menurut Hartanto dkk (2018), “uji normalitas merupakan tahapan pengujian variabel independen dan variabel dependen pada persamaan regresi untuk mengukur tingkat distribusi data dalam taraf terdistribusi normal atau terdistribusi tidak normal. Apabila perhitungan data terdistribusi secara normal ataupun mendekati normal, maka persamaan regresi dari penelitian tersebut baik”. Proses perhitungan uji normalitas memanfaatkan *Statistical Program for Social Science* (SPSS) dengan metode *Normal Probability Plot (NPP)*. Metode *Normal Probability Plot (NPP)* akan menyatakan data tersebut terdistribusi normal jika data riil menyesuaikan dengan garis diagonal.

Menurut, Priyanto (2010) dalam Handayani & Nuraina (2012), “uji heteroskedastisitas merupakan tahapan pengujian ketidaksamaan antara variabel dan residual pada model regresi. Pada tahap pengujian, model regresi yang baik ialah model regresi yang tidak terdapat heteroskedastisitas. Penggunaan *Statistical Program for Social Science* (SPSS) dengan *scatterplot* dapat menunjukkan tidak terdapat heteroskedastisitas apabila titik-titik menyebar di atas angka 0 dan di bawah dari sumbu Y”.

Menurut Priyanto (2014) dalam Akila (2017), “uji multikolinieritas merupakan tahapan pengujian korelasi antar variabel independen dalam persamaan regresi. Dalam pengujian multikolinieritas, dapat ditentukan apabila *Variance Inflation Factor (VIF)* > 10 dan *Tolerance Value* $< 0,1$ maka terdapat multikolinieritas. Apabila *Variance Inflation Factor (VIF)* < 10 dan *Tolerance Value* $> 0,1$, maka tidak terdapat multikolinieritas”.

3.6.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan tahapan selanjutnya setelah uji kualitas data dan uji asumsi klasik dilaksanakan. Uji hipotesis dilakukan untuk menguji dugaan sementara yang digagas oleh peneliti dalam melakukan penelitian. Proses pengujian hipotesis mencakup 3 aspek yakni uji f (uji simultan), koefisien determinasi (R^2), dan uji t (uji parsial).

Uji f (uji simultan) dikenal dengan Anava (Anova) merupakan metode pengujian dengan perbandingan yang melibatkan lebih dari satu sampel (Riduwan, 2012). Pengujian f dilakukan melalui formulasi sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{k}}{\frac{(1-R^2)}{(n-k-1)}}$$

Keterangan:

R = Nilai koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah sampel

F = F_{hitung} yang akan digunakan sebagai perbandingan dengan F_{tabel}

Sumber: Riduwan (2012)

Riduwan (2012) turut menyampaikan dalam uji f, dapat dipergunakan untuk pengujian nilai regresi secara keseluruhan melalui formulasi hipotesis sebagai berikut:

$H_0 : \beta_i = 0$, artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

$H_a : \beta_i \neq 0$, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Dalam pengujian ini, terdapat kaidah pengujian signifikansi antara F_{hitung} dengan F_{tabel} . Menurut Riduwan (2012), “taraf signifikansi dalam perhitungan ialah 0,05 dengan ketentuan apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka terdapat signifikansi (H_0 ditolak

dan H_a diterima) sedangkan apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak terdapat signifikansi (H_0 diterima dan H_a ditolak)".

Menurut Kuncoro (2001) dalam Munparidi (2012), "koefisien determinasi (R^2) dimanfaatkan untuk menunjukkan besaran variabel independen menerangkan variabel dependen". Pengujian koefisien determinasi (R^2) dilakukan melalui formulasi sebagai berikut:

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KP = Besaran dari koefisien penentu

r = Koefisien korelasi

Sumber: Riduwan (2012)

Riduwan (2012) menyampaikan bahwa "nilai koefisien determinasi (R^2) berkisar antara 0 hingga 1. Apabila koefisien determinasi (R^2) mendekati nilai 0, maka variabel independen dinyatakan tidak mampu untuk menerangkan variasi-variabel dependen. Jika koefisien determinasi (R^2) mendekati nilai 1, maka variabel independen dinyatakan mampu untuk menerangkan variasi variabel dependen".

Menurut Priyanto (2014) dalam Akila (2017), "uji t (uji parsial) dimanfaatkan untuk mengukur pengaruh secara individu antara suatu variabel independen terhadap variabel dependen". Riduwan (2012) menambahkan bahwa "pada hasil uji t, apabila nilai sig $> 0,05$ maka H_0 dapat diterima sedangkan untuk H_a ditolak. Sebaliknya, apabila nilai sig $< 0,05$ maka H_0 ditolak sedangkan untuk H_a dapat diterima". Pengujian T dilakukan melalui formulasi sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{\bar{x} - \mu_0}{\frac{s}{\sqrt{n}}}$$

Keterangan:

t = Nilai t hasil hitungan

\bar{x} = Rata-rata nilai

μ_0 = Nilai dari hipotesis

s = Standar deviasi atau simpangan baku

n = Jumlah sampel penelitian

Sumber: Riduwan (2012)

3.7 Tahapan Uji Validitas Dan Reliabilitas

Pada bagian ini, terdapat pembahasan terkait pengujian angket dengan mengumpulkan sebanyak 30 responden. Hal ini bertujuan untuk menguji validitas dan reliabilitas dari pernyataan-pernyataan yang tercantum dalam kuesioner. Dalam pengolahan data dari 30 responden ini, telah dilakukan pengajian untuk memperoleh pernyataan yang valid dan reliabel sebelum disebarkan kepada 100 responden sebagaimana angka tersebut merupakan target dari persebaran kuesioner pada penelitian ini. Proses pengolahan data dari 30 responden berikut ini memanfaatkan program *Statistical Program for Social Science* (SPSS).

Tahap pertama yang dilaksanakan dalam pengujian terhadap 30 responden dimulai dari uji validitas. Uji validitas diukur melalui variabel kesadaran merek, persepsi kualitas dan niat pembelian. Pada variabel kesadaran merek, perolehan r_{hitung} dari setiap pernyataan ialah 0,705, 0,842, 0,409, 0,758, 0,768, 0,585 dan 0,635. Perolehan nilai r_{hitung} dari setiap pernyataan kesadaran merek memiliki nilai di atas dari r_{tabel} yakni 0,3494. Oleh sebab itu, seluruh pernyataan dari kesadaran merek dinyatakan absah. Nilai r_{hitung} yang diperoleh dari setiap pernyataan persepsi kualitas adalah 0,492, 0,671, 0,572, 0,475, 0,651, 0,475, 0,651, 0,570 dan 0,558. Perolehan nilai-nilai tersebut menjadikan persepsi kualitas bersifat absah karena setiap nilai r_{hitung} yang diperoleh memiliki nilai yang lebih besar dari nilai r_{tabel} sebesar 0,3494. Pada variabel niat pembelian, nilai r_{hitung} yang diperoleh berdasarkan proses pengolahan data ialah 0,862, 0,572, 0,874, 0,898 dan 0,848. Nilai-nilai tersebut memiliki perolehan nilai yang lebih besar daripada 0,3494 selaku r_{tabel} sehingga niat pembelian bersifat absah.

Tahap kedua yang dilaksanakan dalam pengujian terhadap 30 responden dimulai dari uji reliabilitas. Hasil uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai hasil koefisien alfa dengan koefisien alfa tabel. Suwito (2017) menyampaikan apabila hasil koefisien alfa memiliki nilai yang lebih besar daripada koefisien alfa yakni 0,6, maka dapat dinyatakan bahwa variabel tersebut bersifat reliabel. Variabel kesadaran merek mempunyai hasil koefisien alfa sebesar 0,804. Persepsi kualitas memiliki hasil koefisien alfa sebesar 0,687 dan niat pembelian mempunyai hasil koefisien alfa sebesar 0,875. Berdasarkan hasil perolehan tersebut, maka kesadaran merek, persepsi kualitas dan niat pembelian dinyatakan bersifat reliabel karena perolehan hasil koefisien alfa lebih besar daripada koefisien alfa.

