

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Peneliti menggunakan metode kuantitatif sesuai dengan judul penelitian: “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Gaya Hidup, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surabaya)”. Penelitian sistematis yang kuantitatif menggunakan angka untuk mengumpulkan dan menafsirkan data serta menyajikan hasil analisis kuantitatif atau statistik (Siyoto dan Sodik, 2015:19).

Sugiyono (2017:14) metode kuantitatif adalah metodologi penelitian yang didasarkan pada kerangka filsafat positivisme, dan digunakan untuk memeriksa populasi atau kelompok tertentu. Metodologi ini melibatkan penggunaan peralatan penelitian untuk mengumpulkan data dan kemudian mengajukan data untuk analisis kuantitatif atau statistik, dengan tujuan utama menguji hipotesis yang sudah ditetapkan. Data yang diberikan bersifat kuantitatif, sehingga membutuhkan penggunaan metode statistik untuk analisis. Penggunaan banyak variabel independen dalam model membutuhkan penerapan analisis regresi linear berganda.

#### **B. Identifikasi Variabel**

##### **1. Variabel Bebas**

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel

terikat atau disebut juga variabel independen (X). Ada pun yang menjadi variabel bebas kemudahan penggunaan (X1), gaya hidup (X2) dan kepercayaan konsumen (X3).

## 2. Variabel Terikat

Variabel terikat, kadang-kadang disebut sebagai variabel hasil atau variabel respons, adalah variabel yang dipengaruhi atau tergantung pada variabel independen atau variabel terkait lainnya. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini yaitu minat beli ulang (Y).

## C. Definisi Operasional Variabel

Berdasarkan dari identifikasi variabel dan metode analisis yang akan dilakukan, maka untuk membatasi permasalahan yang ada dengan variabel bebas yang di atas dapat didefinisikan sebagai berikut:

### 1. Kemudahan Penggunaan (X1)

Kemudahan sebagai derajat di mana seorang individu merasakan penggunaan teknologi untuk bebas dari usaha. (Prathama dan Sahetapy, 2019). Kemudahan penggunaan adalah kemudahan konsumen dalam menggunakan aplikasi shopee untuk bertransaksi (menjual atau membeli) dengan menggunakan Indikator sebagai berikut:

- a. Kemudahan untuk membeli.
- b. Kemudahan untuk mengumpulkan informasi
- c. Kemudahan dalam navigasi
- d. Kemudahan untuk mengenali

## 2. Gaya Hidup (X2)

“Gaya hidup sering digambarkan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (*activities, interests, opinions*)”. (Sumarwan, 2014:57).

Gaya hidup adalah menunjukkan pola kehidupan konsumen yang tercermin dalam kegiatan, minat dan pendapatnya terhadap aplikasi shopee dengan menggunakan beberapa indikator untuk mengetahui gaya hidup (Katubi : 2020) sebagai berikut :

- a. Belanja merek yang paling terkenal
- b. Yakin bahwa produk yang dibeli sesuai standar kualitas
- c. Membeli produk terbaru ketika melihat tawaran produk
- d. Menanggapi untuk membeli setiap tawaran iklan

## 3. Kepercayaan Konsumen (X3)

Kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu objek, atributnya, dan manfaatnya (Sumarwan, 2011:165).

Kepercayaan Konsumen mengacu pada keyakinan yang dimiliki oleh konsumen tentang keandalan dan kredibilitas aplikasi Shopee dalam memenuhi komitmennya.

Menurut Gefen (dalam Ujia dan Munawaroh, 2019) ada tiga indikator kepercayaan konsumen, yaitu sebagai berikut:

- a. Competence
- b. Integrity
- c. Benevolence.

#### 4. Minat Beli Ulang (Y)

Minat konsumen dalam membeli barang mengacu pada minat dalam melakukan pembelian berdasarkan pengalaman pembelian sebelumnya. (Ali Hasan,2018:131), sedangkan Shopee merupakan “Jual beli online berbasis aplikasi mobile, yang sedang berkembang di negara Indonesia” Menurut (Sastika,2018).

Pembelian ulang mengacu pada tingkat minat yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap pembelian lebih lanjut menggunakan aplikasi Shopee, berdasarkan pengalaman pembelian sebelumnya mereka. Ali Hasan (2018: 131) telah mengidentifikasi banyak indikator minat beli kembali, yang sebagai berikut:

- a. Minat transaksional.
- b. Minat referensial.
- c. Minat preferensial.
- d. Minat eksploratif

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat dua cara untuk pengumpulan data yang akan diperlukan untuk melakukan analisis penelitian ini, sebagai berikut:

##### 1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2017;193), data primer mengacu pada sumber data yang memberikan informasi kepada pengumpul data dengan cara yang sederhana. Seperti yang dinyatakan oleh Fatihudin (2020:325), data primer mengacu pada data yang dikumpulkan oleh

peneliti langsung dari subjek penelitian. Data ini diperoleh langsung dengan cara pengisian kuesioner mahasiswa/i Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surabaya yang mempunyai aplikasi shopee dan pernah membeli melalui aplikasi shopee. Skala yang digunakan adalah skala likert dengan menggunakan alternatif jawaban sebagai berikut:

1 = TS (Tidak Setuju)

2 = N (Netral)

3 = S (Setuju)

4 = SS (Sangat Setuju)

## 2. Data Sekunder

Sugiyono (2017:137) menjelaskan data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder, menurut Fatihudin (2020:325), adalah informasi yang dikumpulkan oleh peneliti secara tidak langsung atau melalui sarana lain. Data sekunder mengacu pada informasi yang melengkapi data primer, seperti buku, literatur, dan pembacaan yang relevan dan memberikan dukungan untuk penelitian saat ini.

## E. Populasi dan Sampel

### a. Populasi

Seperti yang dinyatakan oleh Sugiyono (2017: 117), konsep populasi mengacu pada domain yang luas yang mencakup item atau

orang dengan ciri-ciri dan karakteristik spesifik yang diidentifikasi oleh peneliti untuk tujuan studi dan penulisan kesimpulan berikutnya. Menurut Fatihudin (2020:64), konsep populasi mengacu pada sekelompok individu, kejadian, atau entitas yang berfungsi sebagai subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2017:118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Fatihudin (2020:66) mengemukakan bahwa Sampel adalah sebagian dari populasi.

Metode pengambilan sampel non-random, juga dikenal sebagai nonprobability sampling, digunakan dalam penelitian ini untuk tujuan menentukan sampel. Menurut Sugiyono (2017: 84), pengambilan sampel nonprobability adalah metode sampling yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap komponen atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. Dengan kata lain, peluang untuk dipilih sebagai sampel tidak acak. dengan proses untuk pengambilan sampel yang disesuaikan, yang merujuk pada pendekatan sampling yang mempertimbangkan faktor-faktor tertentu. Menurut Fatihudin (2020: 76), pengambilan sampel yang

disengaja adalah ketika sampel dikumpulkan dengan niat untuk memenuhi tujuan tertentu.

Adapun karakteristik sampel adalah sebagai berikut:

- 1) Responden minimal berusia 17 tahun.

Menurut hukum didalam UU nomor 22 tahun 2009 pasal 209 pasal 8 ayat 2 dikatakan bahwa pada usia 17 tahun masyarakat sudah memilik identitas diri karena pada usia tersebut masyarakat dianggap telah bertanggung jawab oleh dirinya sendiri.

- 2) Responden mahasiswa/i Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surabaya Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surabaya sejumlah 283 Mahasiswa, untuk memudahkan mencari Responden di Lingkup Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surabaya.

- 3) Responden yang mempunyai aplikasi shopee dan pernah membeli melalui aplikasi shopee.

Kemudahan penggunaan aplikasi shopee untuk memperoleh produk yang diinginkan, kemudahan penggunaan aplikasi shopee untuk melakukan proses pembelian suatu produk yang berkualitas serta pemenuhan gaya hidup konsumen pengguna shopee.

Penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin. Rumus Slovin adalah persamaan matematika yang digunakan untuk menentukan ukuran

sampel minimal yang diperlukan ketika karakteristik atau perilaku populasi belum sepenuhnya dipahami atau diketahui dengan pasti. Penentuan ukuran sampel dalam studi menggunakan rumus Slovin tergantung pada ukuran tingkat kesalahan. Ketika tingkat kesalahan meningkat, jumlah sampel yang dikumpulkan menurun. Rumus Slovin disajikan sebagai berikut:

Untuk menghitung jumlah sampel yang diperlukan melalui kuesioner, maka dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin adalah sebagai berikut:

Dimana:

$n = \text{Jumlah Sampel}$   $N = \text{Jumlah Populasi}$

$e = \text{Margin of error}$  yaitu persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sample yang masih dapat ditolelir, yaitu sebesar 5%.

Ukuran sampel ditentukan dengan tingkat presentase sebesar 5% atau 0,05 sehingga dengan menggunakan rumus didapatkan jumlah sampel sebagai berikut:

Berdasarkan perhitungan diatas diperoleh jumlah sebesar 283,63.

Jumlah responden yang digunakan dalam sampel adalah 283..

#### F. Teknik Pengolahan Data

Regresi linear berganda adalah metode pengolahan data yang digunakan untuk proyek penelitian ini. Program SPSS (*Statistical Product*

*and Service Solution*) versi 23 digunakan untuk tujuan melakukan pemrosesan data yang diperlukan untuk penelitian ini. Pemrosesan data dilakukan secara otomatis, dan hasilnya kemudian diinterpretasi.

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Instrumen

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda karena dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependen*).

#### a. Uji Validitas

Riduwan dan Kuncoro (2017:216) menjelaskan bahwa Tingkat validitas yang dimiliki instrumen pengukuran dapat ditentukan oleh keandalan, yang merupakan ukuran validitas lainnya. Tingkat di mana instrumen pengukuran mengukur apa yang ditetapkan untuk diukur adalah apa yang dimaksud dengan istilah “validitas.” Nilai *r* hitung (*correlated item-total correlations*) dibandingkan dengan nilai *r* tabel untuk menguji validitas penelitian ini. Pertanyaan dianggap valid jika nilai *r* dihitung  $>$  *r* tabel dan bernilai positif (Ghozali, 2016; 53).

#### b. Uji reliabilitas

Riduwan dan Kuncoro (2017: 220) tes keandalan dilakukan untuk menentukan akurasi (keandalan atau kredibilitas) instrumen pengumpulan data (*instruments*). Uji reliabilitas dilakukan untuk

mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Untuk melihat reliabilitas masing-masing instrumen yang digunakan, penulis menggunakan koefisien *cronbach alpha* dengan menggunakan fasilitas SPSS versi 23s. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,6.

## 2. Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas.

### a. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menilai persamaan distribusi data, sehingga menentukan sejauh mana temuan penelitian secara akurat mencerminkan seluruh populasi yang dipelajari. (Priyatno, 2014: 90-99). jika nilai residual menyimpang dari distribusi normal, tes statistik kehilangan validitasnya untuk ukuran sampel kecil, menurut Ghazali (2016;154). Tes normalitas non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) digunakan dalam pekerjaan ini sebagai sarana untuk menilai normalitas residu data. Tes Kolmogorov-Smirnov (K-S) dilakukan dengan merumuskan hipotesis: Hipotesis null ( $H_0$ ) menyatakan bahwa jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka data residual dapat dianggap mengikuti distribusi normal. Menurut tes hipotesis, jika nilai

signifikansi kurang dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa data residual memiliki distribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Peneliti melakukan tes multicollinearity, seperti yang dijelaskan oleh Priyatno (2014: 99), untuk memeriksa interrelasi antara variabel independen dalam penelitian. Tujuan dari Multicollinearity Test adalah untuk menilai keberadaan korelasi antara variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik harus memiliki korelasi non-zero antara variabel independen. Identifikasi Multicollinearity dapat dicapai dengan memeriksa Variance Inflation Factor (VIF) dan toleransi nilai. Menurut Ghozali (2016: 104), kehadiran multicollinearity ditunjukkan oleh nilai toleransi di bawah 0,10 atau nilai VIF di atas 0,10.

c. Uji heteroskedastisitas

Tujuan dari tes heteroscedasticity adalah untuk menentukan apakah varian residual tidak sama di antara pengamatan dalam model regresi. Dalam model regresi dengan homocedasticity, varians antara pengamatan tetap konstan. Di sisi lain, heteroscedasticity hadir dalam model regresi jika varians dari satu observasi berbeda dari yang lain. Model regresi yang layak adalah model di mana heteroscedasticitas jarang atau tidak ada. Kehadiran atau tidaknya heteroscedasticitas dapat diuji dengan memeriksa graf scatterplot antara residual studentized (SRESID) dan variabel

tergantung (ZPRED), di mana sumbu Y mewakili Y yang diprediksi dan sumbu X mewakili residual. (predicted Y - Y really). Asumsi berikut mendukung penyelidikan: Menurut (Ghozali, 2016: 105)

1) Heteroskedastisitas ditunjukkan jika titik-titik data menampilkan pola yang dapat dikenali, seperti distribusi gelombang, memperluas, dan kemudian mempersempit.

2) Heteroskedastisitas tidak ada jika titik data didistribusikan secara merata di atas dan di bawah y-intercept 0.

### 3. Uji regresi linier berganda

Alasan untuk melakukan analisis regresi linear ganda ini dalam penelitian ini adalah untuk memeriksa dampak atau asosiasi antara dua atau lebih variabel independen dan satu variabel terikat, seperti yang dinyatakan oleh Priyatno. (2014: 148). Penggunaan beberapa model analisis regresi linear digunakan untuk mengklarifikasi hubungan antara faktor independen dan variabel terikat, serta untuk mengukur tingkat dampak yang dilakukan oleh yang pertama pada yang terakhir, seperti yang dijelaskan oleh model persamaan yang diusulkan oleh Ghozali. (2016: 95).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = minat beli ulang

a = Konstantan

b<sub>1</sub> = Koefisien regresi variabel kemudahan penggunaan

$b_2$  = Koefisien regresi variabel gaya hidup

$b_3$  = Koefisien regresi variabel kepercayaan konsumen

$X_1$  = Variabel kemudahan penggunaan

$X_2$  = Variabel gaya hidup

$X_3$  = Variabel kepercayaan konsumen

$e$  = Nilai standard error

Sementara itu, teknik pengukuran koefisien korelasi digunakan dalam metode regresi linear berganda untuk memeriksa tingkat korelasinya antara variabel independen dan dependen. Studi ini menunjukkan kekuatan atau kelemahan hubungan antara kemudahan pengguna, gaya hidup, dan kepercayaan konsumen sehubungan dengan niat pembelian berulang di berbagai dimensi dan di antara konsumen individu.

a. Analisis koefisien determinan berganda ( $R^2$ ) dan koefisien korelasi berganda ( $R$ ).

Uji koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen dengan melihat nilai  $R$ , apabila mendekati angka satu maka hubungan antar variabel independen tersebut dapat dinyatakan saling berhubungan erat (Priyatno, 2014:155).

Analisis koefisien determinan berganda digunakan untuk menilai kontribusi parsial dari karakteristik seperti kenyamanan penggunaan, gaya hidup, dan kepercayaan pelanggan terhadap variabel yang terkait dengan minat beli ulang. Standar berikut diterapkan untuk mencapai

interpretasi tingkat koefisien korelasi:

Table 3.1 Interval Koefisiensi Korelasi

Interval Koefisiensi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, (2017:231)

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji F (Uji Silmutan)

Uji F, juga dikenal sebagai tes hipotesis simultan, adalah metode statistik yang digunakan untuk menentukan signifikansi relatif variabel independen sehubungan dengan variabel tergantung. Ini juga dikenal sebagai tes hipotesis simultan. Uji signifikansi simultan (statistik F) untuk menentukan apakah suatu variabel independen atau bebas untuk berinteraksi dengan variabel lain secara bersamaan, atau apakah variabel tersebut mempengaruhi variabel yang tergantung. (Ghozali, 2016:171).

Kriteria berikut digunakan untuk pengujian:

1. Ho diterima dan H1 ditolak jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan nilai signifikansi lebih besar dari 0.05. Hipotesis Ho diterima dan H1 ditolak jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan nilai signifikan  $>0,05$
2. Hipotesis Ho ditolak dan H1 diterima jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai signifikan  $<0,05$

b. Uji t (Uji parsial)

Menurut Ghozali (2016: 171), uji t digunakan untuk menentukan efek yang dimiliki setiap variabel independen pada variabel yang sedang diuji. Uji t juga dikenal sebagai tes hipotesis parsial, adalah prosedur yang digunakan untuk memeriksa tingkat signifikansi atau tingkat kepercayaan dari koefisien regresi.

Dalam Uji t digunakan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) 5% atau  $\alpha = 0,05$ . Kriteria yang digunakan dalam Uji t adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $> 0,05$ .
2. Hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  nilai signifikan  $< 0,05$

