

BAB III

METODE PENELITIAN



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam pembahasan skripsi ini digunakan peneliti untuk mengidentifikasi lebih jauh pengaruh penggunaan website “zalora.co.id” terhadap minat belanja *online*. Dalam penelitian ini, peneliti menjadikan karyawan MNC Media yang bekerja pada divisi Redaksi untuk Koran Sindo sebagai objek penelitian peneliti. Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti dari *Head of Human Resources* Koran Sindo Bapak Habdi G Purbadi, karyawan MNC Media yang berasal dari divisi Redaksi Koran Sindo per 31 Desember 2014 adalah berjumlah 298 orang (Data terlampir).

Objek penelitian dipilih peneliti karena berdasarkan pengamatan peneliti selama bekerja magang pada divisi tersebut. Pada saat melakukan magang kerja pada divisi tersebut, peneliti memperoleh informasi bahwa karyawan MNC Media banyak yang memilih website “zalora.co.id” sebagai patokan mereka pada saat ingin memperoleh informasi dan ulasan seputar kebutuhan *fashion* maupun *style* mereka hingga pada saat mereka ingin melakukan belanja *online*.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang datanya dikelola dengan cara pengembangan dan pengukuran melalui model-model





matematis, penggunaan teori-teori, serta pengujian hipotesis guna memperoleh data yang dapat mewakili penelitian. Selain itu pendekatan kuantitatif menuntut penelitiannya untuk dapat bersikap objektif dan memaparkan hasil penelitiannya berdasarkan hasil perolehan data yang telah dihitung secara reliabilitas dan validitas.

Menurut Sugiyono (2014:7), metode kuantitatif dikenal sebagai metode tradisional yang telah lama digunakan untuk penelitian. Metode ini disebut juga sebagai metode penelitian positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme yang dikenal juga sebagai metode ilmiah atau *scientific* karena memenuhi kaidah-kaidah ilmiah, yaitu konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis.

Sedangkan, format atau tipe metode yang digunakan peneliti dalam metode penelitian kuantitatif ini adalah metode deskriptif yang dilakukan dengan cara menghimpun data dan menyusunnya secara sistematis.

Menurut Burhan Bungin (2014:44), format deskriptif bertujuan untuk menjelaskan serta menggambarkan berbagai situasi, kondisi, atau variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian berdasarkan apa yang terjadi di dalam masyarakat.

Penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif, dapat digunakan pada penelitian studi kasus dan survei. Salah satu metode deskriptif yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah metode deskriptif survei yang pada umumnya menggunakan statistik untuk menganalisis data penelitiannya. Selain itu, survei juga memungkinkan kita untuk dapat menggeneralisasi suatu gejala sosial dengan populasi yang lebih besar.

C. Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam memperoleh penelitian ini adalah:

1. Variabel X : Penggunaan website “zalora.co.id”
2. Variabel Y : Minat belanja *online*



Tabel 3.1

Definisi Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang Penggunaan Website "zalora.co.id" (X) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie	Eksistensi Website "zalora.co.id"	1. Website "zalora.co.id" mengandalkan media massa website sebagai lokasi utama perdagangan <i>fashion</i> . 2. Semenjak kemunculannya website "zalora.co.id" telah mengukir prestasi sebagai <i>e-commerce</i> yang memiliki perkembangan tercepat dengan popularitas yang baik. 3. Setiap individu aktif dan berorientasi menggunakan website "zalora.co.id" sebagai media untuk berbelanja <i>fashion</i> secara <i>online</i> .	Likert
	Kredibilitas konten Informasi yang disajikan terhadap produk <i>fashion</i> dapat dipercaya	1. Website "zalora.co.id" memudahkan setiap individu memperoleh informasi produk <i>fashion</i> yang dibutuhkan secara detail. 2. Kredibilitas konten informasi yang disampaikan melalui website "zalora.co.id" mampu dipercaya.	Likert
	Kesesuaian informasi produk dengan kebutuhan konsumen	Individu sadar sepenuhnya terhadap minat maupun kebutuhannya dari penggunaan website "zalora.co.id".	Likert
	Kecocokan informasi produk pada website "zalora.co.id" dengan barang yang sampai ke tangan konsumen	Konsumen menilai bahwa isi media yang berupa informasi produk, yang disampaikan oleh website "zalora.co.id" bersifat realistik.	Likert
	Daya tarik website "zalora.co.id"	Belanja menjadi lebih aman, efektif, dan efisien.	Likert
Minat belanja <i>online</i> (Y) (Menurut Crow & Crow 1973, dalam Andi Antoro 2012:6)	Faktor yang timbul dari dalam diri	Keinginan untuk dapat memenuhi kebutuhan <i>fashion</i> demi menjaga penampilan.	Likert
	Faktor Sosial	Minat untuk menggunakan website "zalora.co.id" sebagai acuan dan media untuk belanja <i>online</i> akibat bias dari lingkungannya yang cenderung mereferensikan website "zalora.co.id" sebagai patokan.	Likert
	Faktor Emosi	Kepuasan konsumen setelah berbelanja melalui website "zalora.co.id".	Likert

Variabel-variabel yang terpaparkan diatas merupakan acuan peneliti dalam membuat kuesioner yang mana hasil dari kuesioner tersebut, merupakan jawaban yang

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



mencerminkan sikap individu terhadap website "zalora.co.id" yang digunakan oleh kalangan karyawan MNC Media sebagai media untuk berbelanja *online*.

D. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti melakukan pengumpulan data dengan menggunakan instrumen pengumpulan data berbentuk kuesioner yang berisi daftar pertanyaan yang diajukan dan dibagikan kepada karyawan MNC Media divisi redaksi Koran Sindo. Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner digunakan agar peneliti dapat memperoleh informasi dan jawaban atas pertanyaan dalam kuesioner yang dianggap mampu mewakili populasi tertentu. Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner, sangat diperlukan dalam menunjang proses dan hasil perolehan data yang tepat, sehingga data yang didapatkan peneliti mencapai hasil yang valid dan reliabel.

Dalam menyusun penelitian ini, peneliti memilih sumber data yang bersifat primer dan sekunder. Sumber data yang bersifat primer diperoleh dari data yang berhubungan langsung dengan peneliti seperti wawancara langsung, observasi, dan pembagian kuisisioner. Sedangkan, sumber data yang bersifat sekunder diperoleh melalui data yang tidak berhubungan langsung dengan peneliti, seperti data *online* dan studi kepustakaan sebagai bahan pendukung referensi penulisan penelitian.

Selain itu, peneliti juga diharapkan dapat mengetahui tipe-tipe skala pengukuran agar instrumen data yang diperoleh terhadap permasalahan penelitian konsisten dari waktu ke waktu. Selain itu, pemahaman peneliti ditujukan untuk mengklasifikasikan variabel-variabel yang akan diukur agar tidak terjadi kesalahan dalam menentukan analisis data dan langkah penelitian selanjutnya. Dalam penelitian ini, tipe skala pengukuran yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah tipe



skala pengukuran sikap yang berbentuk skala likert. Hal ini karena peneliti ingin memperoleh data mengenai sejauh mana sikap, pendapat, dan persepsi seorang yang timbul dari pengaruh penggunaan website “zalora.co.id” terhadap minat belanja *online* di kalangan karyawan MNC Media.

Menurut Unaradjan (2013:146), dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dapat dijabarkan menjadi dimensi. Dimensi dijabarkan menjadi sub variabel, kemudian sub-variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur.

Melalui skala likert, indikator-indikator dari variabel terkait menjadi titik tolak dalam membuat item instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang jawabannya diungkapkan oleh responden, melalui skor dan kalimat pernyataan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert

Skor	Kriteria Pengukuran
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Netral (N)
4	Setuju(S)
5	Sangat Setuju (SS)

E. Teknik Pengambilan Sampel

Peneliti menjadikan 298 orang responden yang berasal dari kalangan karyawan MNC Media divisi redaksi untuk Koran Sindo. Koran Sindo berdiri dibawah manajemen PT. Media Nusantara Informasi Tbk yang merupakan anak perusahaan dari PT. Media Nusantara Citra Tbk. Koran Sindo memiliki semboyan “Sumber Informasi Terpercaya” yang berarti Koran Sindo mengejar dan menyampaikan berita yang sesuai dengan fakta dan kejadian yang terdapat dilapangan. Oleh sebab itu, tim penyusun berita untuk Koran



Sindo terutama tim pada divisi redaksi harus menjunjung tinggi etika sebagai pewarta berita yang melakukan sinergi pemberitaan dengan semua media di MNC Media, seperti Sindo TV, Sindo Trijaya FM, Sindo *Weekly*, *Okezone*, MNC TV, RCTI, Global TV, dan MNC Channel.

Menurut Arikunto (dalam Unaradjan 2013:112) mengatakan bahwa:

“Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi”.

Singkatnya sampel adalah bagian yang mewakili populasi yang diteliti. Melihat jumlah populasi pengguna website “zalora.co.id” yang banyak dan terkendala batas waktu yang dimiliki, maka peneliti memutuskan untuk menggunakan teknik *purposive sampling* yang difokuskannya pada kalangan karyawan MNC Media divisi redaksi Koran Sindo.

Nyoman Dantes (2012:46), *purposive sampling* adalah teknik penarikan sampel yang didasarkan pada ciri atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti.

Dengan kata lain *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pertimbangan tersebut dengan memilih responden dari anggota populasi dengan kriteria, sebagai berikut:

1. Responden karyawan MNC Media
2. Divisi Redaksi untuk Koran Sindo
3. Wanita dan Pria
4. Karyawan yang menggunakan website “zalora.co.id” sebagai media belanja *online*

Oleh karena jumlah karyawan sudah diketahui (Data Terlampir), maka peneliti menentukan sampel dengan menggunakan rumus *slovin* sebagai berikut:

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



Keterangan:

n Ukuran sampel

N Ukuran populasi

e Ketelitian

Peneliti menggunakan tingkat ketelitian sebesar 5% dengan cara perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{298}{1 + (298 \cdot (0,05)^2)} = \frac{298}{1 + (298(0,0025))} = \frac{298}{1745} = 170,77 \approx 171 \text{ responden}$$

Jadi, jumlah sampel sebesar 171 Responden.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan untuk penelitian pendekatan kuantitatif sangat berkaitan dengan penghitungan data untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan pengujian hipotesis yang telah diterapkan sebelumnya. Berikut beberapa teknik analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini:

1. Uji Validitas

Digunakan untuk mengukur kebenaran dan kepastian suatu kuesioner.

Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dan pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu hubungan yang terjadi antara dua variabel yaitu variabel independen (penggunaan website “zalora.co.id”) dan variabel dependen (minat belanja *online*) yang diukur melalui jawaban pada kuesioner.

Menurut Sugiyono (2014a:121), valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.



Menurut Sugiyono (2014b:126), Suatu instrument dikatakan valid jika hasil koefisien korelasi (r) berada diatas 0,30. Sebaliknya jika hasil koefisien korelasi (r) berada di bawah 0,30 dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut tidak valid.

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi *product moment*, sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Nilai validitas

n = Jumlah anggota sampel X

= Skor pertanyaan

Y = Skor total

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur indikator variabel dari suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban yang diberikan oleh responden sampel terhadap pernyataan, bersifat konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Menurut Forcese dan Richer (dalam Jalaluddin Rakhmat, 2012:17), reliabilitas artinya memiliki sifat dapat dipercaya. Suatu alat ukur dikatakan memiliki reliabilitas apabila tetap memberikan hasil yang sama jika dipergunakan berkali-kali oleh peneliti yang sama atau oleh peneliti yang lain.

Dominikus Dolet Unaradjan (2013:190), Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika *alpha cronbach* $> 0,666$.

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *alpha cronbach*, berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right)$$



Keterangan:

- r_{11} = Reliabilitas yang dicari
- k = Jumlah item pertanyaan
- $\sum S_i$ = Jumlah varians skor setiap item
- S_t = Varians total

3. Koefisien Korelasi

Peneliti menggunakan koefisien korelasi untuk mengetahui keeratan hubungan yang terjadi diantara dua variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen (website “zalora.co.id” dan minat berbelanja *online*). Koefisien korelasi menunjukkan arah hubungan antara kedua variabel tanpa memperhatikan variabel mana yang menjadi peubah.

Berdasarkan teori *Karl Pearson* yang dikembangkan oleh Sir Francis Galton (dalam Jalaluddin Rakhmat 2012:27), indeks untuk mengukur koefisien korelasi atau tingkat hubungan diantara variabel dikenal dengan istilah *pearson product coeficient correlation*, yang disingkat dengan huruf kecil *r*. Sehingga rumus yang digunakan untuk analisis koefisien korelasi ini adalah:

$$r_{xy} = \frac{n (\sum XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi *Product Moment*
- n = Jumlah responden
- $\sum X$ = Jumlah skor total variabel X
- $\sum Y$ = Jumlah skor total variabel Y

Seakan menyetujui, Dominikus Dolet Unaradjan (2013:202) pun memperjelas pemahaman penghitungan dengan menggunakan rumus *Karl Pearson* bahwa, korelasi *Pearson Product Moment* dilambangkan (*r*) dengan ketentuan nilai *r* tidak lebih dari harga ($-1 \leq r \leq +1$). Jika nilai $r = 1$ berarti korelasinya sangat erat, $r = 0$ tidak ada korelasi, dan $r = -1$ artinya korelasi negatif sempurna. Sedangkan arti harga *r* akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai *r*, sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.3

Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,800 – 1,000	Sangat Kuat
0,600 – 0,799	Kuat
0,400 – 0,599	Cukup Kuat
0,200 – 0,399	Rendah
0,000 – 0,199	Sangat Rendah

4. Regresi Linear Sederhana

Penelitian dengan analisis pengaruh biasanya menggunakan metode analisis regresi linear. Oleh karena penelitian ini hanya terdiri atas dua variabel yaitu variabel penggunaan website “zalora.co.id” (X) dan minat berbelanja *online* (Y), maka peneliti menggunakan analisis regresi linear sederhana yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel independen terhadap variabel dependen.

Bagi Burhan Bungin (2014:231), analisis regresi atau yang dalam ilmu sosial lebih populer dengan sebutan regresi linear adalah analisis persamaan garis yang diperoleh berdasarkan perhitungan-perhitungan statistika, umumnya disebut model, untuk mengetahui bagaimana perbedaan sebuah variabel memengaruhi variabel lain. Rumus yang digunakan untuk menghitung regresi linear sederhana pada penelitian ini adalah:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Dengan:

- \hat{Y} = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)
- X = Variabel independen yang mempunyai nilai tertentu untuk diprediksikan
- a = Nilai konstanta (nilai Y , jika $X = 0$)
- b = Nilai arah regresi yang menunjukkan nilai peningkatan (+) atau nilai penurunan (-)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



5. Uji t

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Uji t dilakukan untuk menguji kebenaran hipotesis penelitian. Sehingga peneliti dapat menentukan atau memutuskan untuk menerima atau menolak hipotesis sementara penelitian yang telah ditetapkan peneliti pada awal penelitian dilakukan.

Menurut Soedjarnarto (dalam Burhan Bungin 2005:198), pengujian hipotesis dengan menggunakan *t.test* atau uji t dimaksud untuk mengetahui apakah perbedaan yang terdapat pada dua sampel benar-benar meyakinkan atau kesalahan dalam pengambilan sampel atau kesalahan menggunakan teknik *sampling* semata.

Pada saat mengambil keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis dalam uji t, terdapat dua cara yang dapat dilakukan yaitu dengan membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel} dan berdasarkan nilai probabilitas dengan taraf signifikansi.

Dalam penelitian ini, taraf signifikansi yang digunakan adalah 5% atau 0,05. Jika taraf signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, tetapi jika taraf signifikansi berada $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.