

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Subjek dan Objek penelitian

Fokus utama dari suatu penelitian adalah objek penelitian yang ditetapkan. Penelitian ini mengambil objek berupa faktor atau variabel yang menjadi bahan penelitian dalam memecahkan permasalahan yang akan dibahas. Objek pada penelitian ini adalah keputusan pembelian *online* yang menjadi fokus utama dari suatu penelitian merupakan subjek yang ditujukan untuk dijadikan target hasil yang sesuai dengan objek penelitian. Salah satu situs *e-commerce* Indonesia, Bukalapak menjadi fokus kajian ini karena jumlah situs yang terus menurun. Pengguna *e-commerce* Bukalapak sebagai subjek penelitian yang didukung dengan objek-objek dalam melihat besarnya pengaruh keputusan pembelian konsumen.

3.2 Alat dan Bahan Penelitian

Berikut ini alat dan bahan yang digunakan dalam melakukan penelitian ini:

3.2.1 Alat Penelitian

1. Laptop

Sebagai media untuk membuat dan menyimpan laporan serta kelengkapan penelitian lainnya.

Spesifikasi:

- Acer Aspire A514-54
- RAM 8.00 GB
- *System Type* 64 bit
- *Operating System*: Windows 11

2. Microsoft Word 2016

Software yang digunakan dalam penulisan laporan tugas akhir

3. Google Form

Google Form digunakan untuk membuat kuesioner yang bertujuan untuk mengumpulkan data.

4. *Software Smart-PLS* versi 3

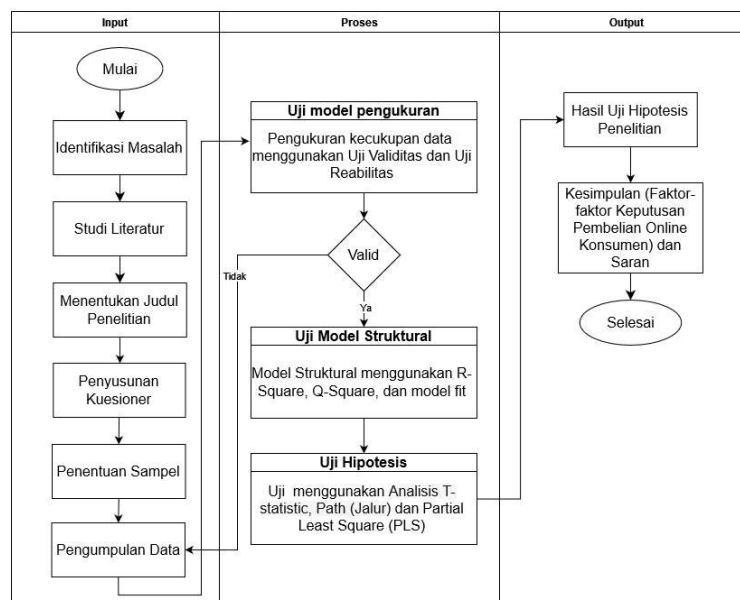
Software yang membantu dalam menganalisis data yang telah didapatkan dengan menguji model SEM formatif dan reflektif dengan skala pengukuran indikator berbeda dalam satu model.

3.2.2 Bahan Penelitian

1. Jurnal-jurnal mengenai keputusan pembelian konsumen secara *online*
2. Informasi-informasi terkait *e-commerce*, *planned behavior* dan keputusan
3. *E-Book* tentang regresi linear dan *planned behavior*

3.3 Diagram Alir Penelitian

Diagram alir dibuat dengan mengacu pada kerangka sistem informasi yang berisi gambaran penelitian, proses ini terdiri dari *input*, *proses*, dan *output*. Perumusan ini diharapkan mampu meraih tujuan sebelumnya, sehingga setiap tahap kegiatan penelitian dilakukan mengikuti diagram alir penelitian yang telah dibuat seperti yang ada di Gambar 3.1:



Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian

Diagram alir penelitian pada Gambar 3.1 dibuat untuk menerangkan tahap-tahapan yang dilalui dalam melakukan penelitian diawali dengan mencari permasalahan yang akan diuji kemudian berkembang menjadi suatu ide atau inovasi baru yang

akan dikembangkan dengan memperbaharui penelitian sebelumnya dan sebagai alat memvalidasi teori. Alur penelitian yang disusun menggunakan *flowchart* dalam proses pembuatan.

Penjelasan mengenai penelitian pada Gambar 3.1:

3.3.1 Identifikasi Masalah

Langkah pertama dalam proses penelitian adalah mengidentifikasi masalah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memastikan sejauh mana TPB memengaruhi keputusan pembelian konsumen secara *online*, sehingga dapat membantu perusahaan *e-commerce* membuat strategi penjualan yang efektif.

3.3.2 Studi Literatur

Langkah selanjutnya adalah studi literatur dari jurnal penelitian serta buku-buku yang dapat digunakan untuk mencari teori dan menganalisis data dari penelitian sebelumnya setelah masalah teridentifikasi. Studi literatur bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang subjek maupun objek dan menghasilkan konsep yang dapat berfungsi sebagai landasan untuk penelitian selanjutnya. Hasil studi literatur yang ditemukan terdapat perbedaan pada subjek penelitian dan teori yang diterapkan.

3.3.3 Menentukan Judul Penelitian

Judul penelitian yang akan menjadi arah dan tujuan kegiatan penelitian. Penetapan judul penelitian ini adalah penetapan topik penelitian. Oleh karena itu, penentuan topik dan judul penelitian merupakan tahap pertama dari kegiatan penelitian, yang membentuk dasar untuk tahap berikutnya. Bagian ini akan membahas metode untuk menentukan topik dan judul penelitian, serta memberikan beberapa contoh judul penelitian.

3.3.4 Penyusunan Kuesioner

Pertanyaan penelitian yang terkait dengan objek yang ingin diteliti serta tujuan yang ingin dicapai didalam penelitian. Kuesioner akan dirancang secara jelas dan mudah dipahami oleh responden dengan instruksi yang jelas tentang bagaimana mengisi kuesioner dan melakukan uji coba kuesioner sebelum menyebarkannya secara luas. Berikut instrumen penelitian dari variabel-variabel metode TPB yang dapat dilihat pada Tabel 3.1

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian Metode

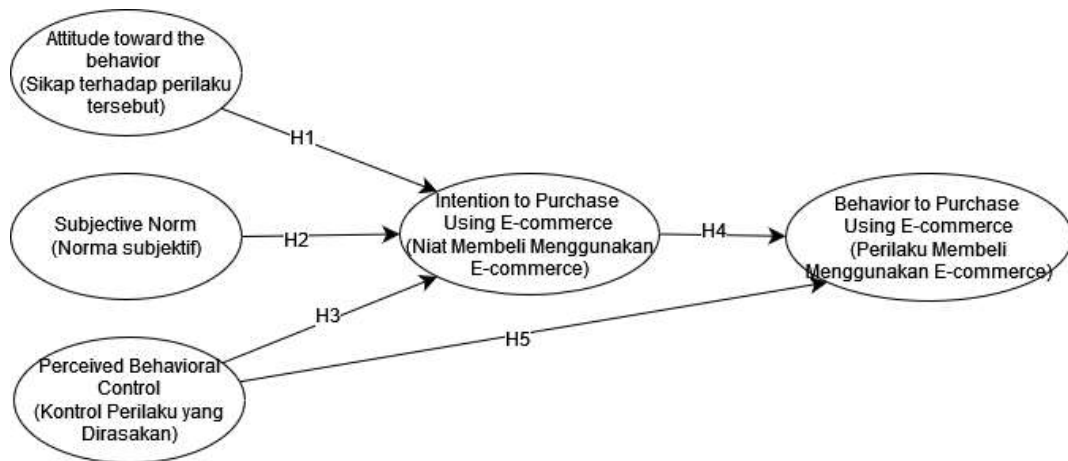
Construct	Item
<i>Attitude Toward the Behavior (ATB) / Sikap Berperilaku</i>	1. ATB1: Saya senang berbelanja secara <i>online</i> .
	2. ATB2: Membeli melalui aplikasi adalah ide bagus.
	3. ATB3: Menurut saya berbelanja secara <i>online</i> melalui aplikasi bukalapak merupakan ide yang baik.
	4. ATB4: Berbelanja melalui aplikasi bukalapak memberikan lebih banyak pilihan bagi saya.
	5. ATB5: Penggunaan aplikasi bukalapak meningkatkan produktivitas belanja saya.
	6. ATB6: Saya puas melakukan pembelian secara <i>online</i> menggunakan aplikasi bukalapak.
	7. ATB7: Aplikasi bukalapak telah memenuhi aktivitas belanja yang saya butuhkan.
	8. ATB8: Secara keseluruhan, sebagian besar ekspektasi saya terhadap aplikasi bukalapak terbukti.
<i>Subjective Norm (SN) / Norma Subjektif</i>	9. SN1: Adanya perubahan perilaku konsumen/masyarakat saat ini untuk mulai berbelanja <i>online</i> , maka saya pun memanfaatkan momen ini untuk memahami konsep belanja <i>online</i> menggunakan aplikasi bukalapak.
	10. SN2: Ketika teman dekat saya bercerita tentang kemudahan menggunakan aplikasi bukalapak, rasa percaya diri saya pun timbul untuk mencoba hal yang sama.
	11. SN3: Ketika banyak teman dekat saya yang paham teknologi menggunakan aplikasi bukalapak, saya cenderung mengikutinya.

Construct	Item
	12. SN4: Orang-orang yang mempengaruhi perilaku saya menganggap saya sebaiknya melakukan pembelian/transaksi secara <i>online</i> melalui aplikasi bukalapak.
	13. SN5: Saya harus melihat orang lain menggunakan aplikasi bukalapak sebelum saya mempertimbangkannya.
<i>Perceived Behavior Control (PBC) / Persepsi Kontrol Perilaku</i>	14. PBC1: Saya yakin menggunakan aplikasi bukalapak setelah melihat testimoni orang lain yang pernah berbelanja di situs tersebut.
	15. PBC2: Saya yakin menggunakan aplikasi bukalapak karena saya melihat orang-orang di sekitar saya juga menggunakannya.
	16. PBC3: Saya yakin berbelanja <i>online</i> karena partner saya menyetujui tindakan belanja <i>online</i> saya.
	17. PBC4: Anda puas dengan aplikasi bukalapak dan akan terus menggunakannya.
	18. PBC5: Aplikasi bukalapak diperlukan untuk anda.
	19. PBC6: Penggunaan aplikasi bukalapak untuk melakukan pembelian/transaksi dapat menghemat waktu.
	20. PBC7: Aplikasi bukalapak memiliki reputasi yang baik.
<i>Intention to purchase using e-commerce / Niat untuk membeli menggunakan e-commerce</i>	21. I1: Saya mempunyai niat untuk melakukan pembelian/transaksi secara <i>online</i> .
	22. I2: Saya memilih belanja <i>online</i> karena saya bisa mengatur waktu belanja saya dengan fleksibel.
	23. I3: Saya akan terus menggunakan aplikasi bukalapak dimasa mendatang.

Construct	Item
	24. I4: Saya yakin niat saya untuk menggunakan aplikasi bukalapak bergantung pada ketersediaan layanan yang ada.
	25. I5: Saya akan merekomendasikan orang lain untuk melakukan pembelian/transaksi secara online menggunakan aplikasi bukalapak.
	26. I6: Saya puas dengan keputusan saya untuk terus melakukan belanja melalui aplikasi bukalapak.
<i>Behavior to purchase using e-commerce /</i>	27. B1: Saya lebih suka berbelanja secara <i>online</i> untuk membeli suatu produk.
Perilaku untuk membeli menggunakan e-commerce	28. B2: Saya sering menggunakan aplikasi bukalapak.
	29. B3: Saya puas dengan aplikasi bukalapak dan akan terus menggunakannya.
	30. B4: Saya sering belanja melalui aplikasi bukalapak karena saya sudah mengetahui kelebihan dari aplikasi tersebut.
	31. B5: Saya bisa mendapatkan layanan yang lebih baik dari aplikasi bukalapak dibandingkan dari toko biasa.

Hipotesis dari metode TPB yang disusun berdasarkan kerangka pemikiran dan penelitian sebelumnya. Kerangka pemikiran bertujuan untuk memberikan gambaran tentang keterbatasan teori-teori yang mendasari penelitian mengenai

teori variabel masalah yang diteliti. Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* seperti yang ada di Gambar 3.3.



Gambar 3.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran di Gambar 3.3, diketahui bahwa variabel X adalah variabel independen (*Attitude toward the behavior*, *subject norm*, dan *perceived beharioral control*), dan variabel Y adalah variabel dependen (*intention* dan *behavior*).

1. Hubungan antara Sikap Terhadap Perilaku dengan Niat Membeli menggunakan *E-commerce*

Hasil penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa variabel sikap terhadap perilaku berpengaruh positif terhadap niat. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis penelitian adalah :

H1: Sikap terhadap perilaku berpengaruh pada niat untuk membeli menggunakan *e-commerce*.

2. Hubungan antara Norma Subyektif terhadap Niat Membeli menggunakan *E-commerce*

Hasil penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa variabel norma subjektif berpengaruh positif terhadap niat. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

H2: Norma subyektif berpengaruh pada niat untuk membeli menggunakan *e-commerce*.

3. Hubungan antara Kontrol Perilaku yang Dirasakan terhadap Niat Membeli Menggunakan *E-commerce*

Kontrol perilaku yang dirasakan mengacu pada potensi kendala tindakan yang dimaksudkan, seperti sumber daya yang tersedia dan peluang. Hasil penelitian yang dilakukan membuktikan variabel kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh positif terhadap niat. Berdasarkan penjelasan tersebut, berikut merupakan hipotesis penelitian yang dirumuskan:

H3: Kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh pada niat untuk membeli menggunakan *e-commerce*.

4. Pengaruh Niat Membeli Menggunakan *E-commerce* Perilaku Membeli Menggunakan *E-commerce*

Hasil penelitian yang dilakukan membuktikan variabel niat berpengaruh positif terhadap perilaku. Hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

H4: Niat untuk membeli menggunakan *e-commerce* berpengaruh pada perilaku untuk membeli menggunakan *e-commerce*.

5. Pengaruh Kontrol Perilaku yang Dirasakan terhadap Perilaku Membeli Menggunakan *E-commerce*

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan diperoleh hasil yang dapat diamati bahwa variabel kontrol perilaku yang dirasakan mempengaruhi perilaku dengan positif. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

H5: Perilaku yang dirasakan kontrol berpengaruh pada perilaku untuk membeli menggunakan *e-commerce*.

3.3.5 Penentuan Sampel

Pendekatan purposive sampling dipilih dalam pelaksanaan pengumpulan sampel, serta menggunakan rumus slovin untuk menentukan formulasi sampel sehingga mengetahui jumlah total sampel yang akan digunakan. Rumus slovin digunakan sebagai penentu formulasi sampel dengan tingkat kesalahannya 5%, karena rumus ini cukup relevan dengan penelitian dan dapat dilakukan dengan mengacu pada perhitungan dan rumus yang sederhana.

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \quad (3.1)$$

$$n = \frac{18.000.000}{1 + (18.000.000 \times 0,0025)}$$

$$n = \frac{18.000.000}{1 + 45.000}$$

$$n = \frac{18.000.000}{45.001}$$

$$n = 399,9 = 400 \text{ Responden}$$

Hasil dari perhitungan dengan rumus slovin tersebut menghasilkan sampel 399,9 dan di bulatkan menjadi 400 sampel. Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus *slovin* sampel didapat sebanyak 400 responden yang meliputi pengguna aktif dan pasif dari *e-commerce* Bukalapak. Pengguna aktif adalah pengguna yang memanfaatkan layanan *e-commerce* secara konsisten secara rutin melakukan transaksi pembelian atau penjualan di *platform e-commerce*. Pengguna pasif adalah pengguna yang memiliki akun di *platform e-commerce* namun jarang atau tidak pernah melakukan transaksi dan hanya melihat-lihat produk atau membandingkan harga tanpa melakukan pembelian.

3.3.6 Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan bahan atau informasi yang akan digunakan dalam penelitian. Tinjauan ini dapat dikumpulkan melalui berbagai cara, terutama secara studi literatur dengan mengumpulkan informasi seperti membaca secara teliti dan mencatat dari penelitian sebelumnya, kemudian proses pengumpulan informasi dibantu melalui sebuah survei yang diselesaikan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* menggunakan *google forms*. Survei ditujukan untuk menjawab pertanyaan atau memecahkan masalah dengan kriteria responden yang berasal dari berbagai kelompok usia, jenis kelamin, dan latar belakang demografis lainnya.

Populasi yang diteliti merupakan pengguna *e-commerce* yang aktif melakukan pembelian *online* melalui aplikasi Bukalapak dengan penentuan sampel menggunakan rumus *slovin*, sehingga menghasilkan 400 responden. Kuesioner yang telah disebar kepada 400 responden akan memberikan informasi kepada

untuk dijadikan data awal penelitian. Variabel yang digunakan terdiri dari lima faktor TPB yang menjadi penelitian guna mendapatkan data dari responden pengguna *e-commerce* Bukalapak.

3.3.7 Uji Model Pengukuran

Analisis model pengukuran (*outer model*) menunjukkan bagaimana hubungan variabel laten dengan indikatornya. Analisis ini untuk memastikan bahwa ukuran (*measurement*) yang digunakan layak dijadikan pengukur atau valid dan reliabel. Pengujian dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas, uji validitas ada 2 yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan. Pengujian validitas konvergen pengukurannya ada dua dengan *outer loading* dan *average variance extracted* (AVE), dan validitas diskriminan pengukurannya dilakukan dengan *cross loading*, sedangkan pengujian reliabilitas pengukurannya dilihat dari *cronbach's alpha* dan *composite reliability*.

3.3.8 Uji Model Struktural

Model struktural (*inner model*) digunakan untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten, model struktural menggambarkan hubungan antar variabel laten yang telah dibangun berdasarkan *substantive theory*. *Inner model* dapat dievaluasi dengan Koefisien Determinasi R² (*R-Square*) digunakan untuk menilai pengaruh variabel eksogen (independen) tertentu terhadap variabel endogen (dependen), *Predictive Relevance Q²* (*Q-Square*) digunakan untuk melihat seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan model dan estimasi parameternya dengan menggunakan algoritma *blindfolding* dan Model fit melihat pada *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR). SRMR menilai rata-rata perbedaan antara korelasi yang diamati dan diharapkan.

3.3.9 Uji Hipotesis

Pengaruh antar variabel dalam aplikasi *SmartPLS* dilihat pada nilai koefisien jalur (*path coefficient*) serta *t-statistic* dengan menggunakan algoritma *bootstrapping*. *Bootstrapping* dalam *SmartPLS* digunakan untuk menguji signifikansi jalur dalam model dengan memperkirakan distribusi sampling statistik jalur. Nilai taraf signifikansi 5%, jika nilai t-hitung lebih kecil atau sama dengan t-

tabel 1,966 ($t\text{-hitung} \leq -1,966$), atau jika nilai $t\text{-hitung}$ lebih besar atau sama dengan 1,966 ($t\text{-hitung} \geq 1,966$).

3.3.10 Hasil Hipotesis Penelitian

Setelah dilakukan nya pengujian hipotesis selanjutnya penjelasan tentang hasil uji lima hipotesis yang diajukan semua hipotesis dapat diterima dengan dilihat dari besarnya hasil nilai *t-statistic* dan *p-valuenya*.

3.3.11 Kesimpulan dan Saran

Setelah melaksanakan proses analisis terhadap data penelitian yang diperoleh, kesimpulan dan saran kemudian dirumuskan agar dapat dimanfaatkan dalam proses penelitian di masa depan. Kesimpulan ini membahas temuan penelitian yaitu faktor yang dapat mempengaruhi kebiasaan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian *online* di aplikasi Bukalapak.