

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Metode Penelitian

##### a. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini memfokuskan kepada pelanggan yang berasal dari Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo Fakultas Ekonomi Angkatan 2016, Peneliti ingin mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh Persepsi Privasi Data Pengguna (X1), Persepsi Keamanan Akun Pengguna (X2), dan Kepercayaan (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan toko *online* Tokopedia.

##### b. Populasi dan Sampel Penelitian

###### 1. Populasi

Sugiyono (2016) populasi merupakan wilayah generalisasi terdiri dari subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang telah ditetapkan oleh si peneliti untuk dipelajari lalu ditarik kesimpulannya. Pada penelitian kali ini populasinya adalah seluruh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo Fakultas Ekonomi Angkatan 2016 yang pernah menggunakan dan berbelanja di toko *online* Tokopedia. Berdasarkan data yang telah peneliti dapatkan melalui BAEA Universitas Muhammadiyah Ponorogo berjumlah 565.

## 2. Sampel

Sugiyono (2016) menyatakan sampel adalah bagian kecil dari jumlah seluruh populasi tersebut. Pengumpulan sampel pada penelitian kali ini memakai rumus Slovin :

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{N(0,1)^2 + 1} \\&= \frac{565}{565(0,01)+1} \\&= \frac{565}{6,65} \\&= 84,96 \text{ dibulatkan menjadi } 85\end{aligned}$$

Penelitian ini menggunakan Metode *Probability Sampling*. *Probability Sampling* adalah teknik pengumpulan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dengan menggunakan pengambilan sampel *random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Sugiyono (2015).

## B. Metode Pengambilan Data

### 1. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer ini diperoleh dari menyebarkan kuesioner kepada responden. Adapun yang dimaksud data primer yaitu :

a. Data Primer

Uma Sekaran (2011) data yang mengacu pada informasi yang didapatkan dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variable.

## 2. Teknik Pengambilan Data

a. Kuesioner

Sudaryono (2017) Mengemukakan Kuesioner adalah metode pengumpulan data secara tidak langsung. Kuesioner berisikan sejumlah pernyataan atau pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Data yang diperoleh dari metode kuisisioner ini adalah data primer. Data primer dalam penelitian ini tentang Persepsi Privasi Data Pengguna, Persepsi Keamanan Akun Pengguna, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Toko *Online* Tokopedia.

## 3. Skala Pengukuran

Skala yang akan digunakan sebagai alat pengukuran didalam penelitian kali ini adalah menggunakan skala likert. Sugiyono (2018) Skala Likert digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi tentang fenomena sosial, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti dan selanjutnya disebut dengan variabel penelitian. Pada masing-masing pertanyaan terdapat 5 alternatif jawaban yang mengacu pada teknik skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai

titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan. Jawaban setiap item instrument dapat terdapat 5 alternatif jawaban yang mengacu pada teknik skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan. Jawaban setiap item instrument dapat berupa kata-kata atau bobot sebagai berikut :

- a) Sangat Tidak Setuju (STS), artinya responden memberikan jawaban sangat tidak setuju jika pertanyaan tersebut sangat tidak sesuai. Jawaban sangat tidak sesuai diberi skor 1.
- b) Tidak Setuju (TS), artinya responden memberikan jawaban tidak setuju jika pertanyaan tersebut tidak sesuai. Jawaban tidak setuju diberi skor 2.
- c) Kurang Setuju (KS), artinya responden memberikan jawaban kurang setuju atau ragu-ragu terhadap pertanyaan yang diajukan. Jawaban kurang setuju diberi skor 3.
- d) Setuju (S), artinya responden sependapat atau mendukung pertanyaan yang diajukan. Jawaban setuju diberi skor 4.

- e) Sangat Setuju (SS), artinya responden memberikan jawaban sangat setuju jika pertanyaan yang diajukan sangat sesuai. Jawaban sangat setuju diberi skor 5.

### C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel di dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Variabel Persepsi Privasi Data Pengguna (X1)

Ahmad dan Al Zu'bi (2011) privasi adalah suatu dimensi penting yang mampu mempengaruhi minat dari penggunaan untuk mengadopsi transaksi yang berbasis sistem elektronik. Penggunaan privasi harus mengacu pada perlindungan semua jenis data yang terkumpul selama proses transaksi antara konsumen dengan sistem *online*. Kassim dan Abdullah (2010).

Indikator persepsi privasi adalah sebagai berikut:

- a) Sistem perlindungan hukum.
- b) Kerahasiaan informasi.
- c) Keamanan data privasi.
- d) Persetujuan dalam penyebaran informasi pribadi.
- e) Mengutamakan privasi data pengguna.

#### 2. Variabel Persepsi Keamanan Akun Pengguna (X2)

Bojang (2017) mendefinisikan keamanan sebagai perlindungan terhadap sebuah ancaman yang menciptakan keadaan, kondisi, atau peristiwa yang berpotensi mengakibatkan kesulitan ekonomi terhadap data atau sumber daya jaringan dalam

bentuk penghancuran, pengungkapan, modifikasi data, penolakan layanan, penipuan, pemborosan, serta penyalahgunaan.

Indikator persepsi keamanan sebagai berikut:

- a) Kerahasiaan data akun pengguna.
- b) Jaminan transaksi *online*.
- c) Jaminan keamanan akun.
- d) Keamanan kode verifikasi melalui sms ataupun e-mail.
- e) Keamanan dalam melakukan pembayaran elektronik.

### 3. Variabel Kepercayaan (X3)

Furi Indriyani (2018) menyatakan kepercayaan merupakan landasan pokok dari suatu bisnis. Suatu hubungan bisnis antara dua belah pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai.

Indikator kepercayaan adalah seperti dibawah ini :

- a) Aman.
- b) Bisa dipercaya.
- c) Bertanggung jawab.
- d) Jaminan kepuasan pelanggan.
- e) Informasi detail dan akurat.

### 4. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Kolter dan Keller (2016) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan senang seseorang setelah membandingkan kinerja hasil yang ia harapkan. Kepuasan pelanggan adalah ukuran bagaimana kebutuhan dan reaksi

bergabung dan tersampaikan pada harapan pelanggan dengan sempurna.

Ada beberapa indikator kepuasan adalah seperti berikut:

- a) Barang yang didapat sesuai *website*.
- b) Kemudahan mencari produk.
- c) Kenyamanan dalam transaksi jual beli.
- d) Jangka waktu pengiriman barang.
- e) Berkomunikasi dengan baik.

#### **D. Metode Analisis Data**

##### **1. Uji Instrumen**

###### a) Uji Validitas

Uji validitas pada dasarnya digunakan untuk mengukur valid atau non valid pada sebuah kuesioner. Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan dikuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi, validitas ingin mengukur apakah pertanyaan yang ada pada kuesioner yang telah dibuat benar-benar dapat mengukur apa yang hendak kita ukur. Ghazali (2016). Pengujian validitas yang digunakan adalah *Korelasi Pearson*. Yaitu dengan cara menghitung korelasi antar skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor. Signifikansi *Korelasi Person* yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05.

Rumus :

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

Keterangan :

r = koefisien korelasi

X = skor butir

Y = skor total

N = jumlah sampel

Dasar pengambilan keputusan adalah:

jika  $r_{\text{hasil}} > r_{\text{tabel}}$  pada tingkat alfa tertentu, maka variabel tersebut valid.

jika  $r_{\text{hasil}} < r_{\text{tabel}}$  pada tingkat alfa tertentu, maka variabel tersebut tidak valid.

#### b) Uji Reliabilitas

Ghozali (2016) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliabel* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas diukur dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ , sedangkan jika sebaliknya, maka data tersebut dikatakan tidak *reliable*.

Rumus metode *cronbach alpa* :

$$\alpha = \frac{k_r}{1 + (k - 1)r}$$

Keterangan :

$\alpha$  = koefisien reliabilitas

k = jumlah variabel bebas dalam persamaan

r = koefisien rata – rata korelasi antar variable

Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menguji statistik Cronbach Alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila variabel tersebut memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *One Sample Kolmogorov Smirnov* Dengan ketentuan apabila nilai signifikan diatas 0,05 maka data terdistribusi normal. Sedangkan jika hasil menunjukan nilai signifikan dibawah 0,05 maka data tidak terdistribusi normal.

### b) Uji Linearitas

Ghozali (2016) menyatakan bahwa Uji Linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau

belum. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam regresi linear. Data yang baik seharusnya mempunyai hubungan linear antara variabel dependen dan variabel independen.

- a. Jika nilai probabilitas  $> 0,05$  maka hubungan antara variabel X dan Y adalah linier.
- b. Jika nilai probabilitas  $< 0,05$  maka hubungan antara variabel X dan Y adalah tidak linier.

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Sugiyono (2016) menyatakan analisis regresi linier berganda merupakan peramalan yang kemungkinan mendekati kenyataan antara variabel yang ada dan memperhatikan variabel lain yang mempengaruhinya. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda. Untuk mengetahui pengaruh persepsi privasi data pengguna, persepsi keamanan akun pengguna, dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan toko *online* Tokopedia.

Menurut Ghozali (2016). Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

X<sub>1</sub> = Persepsi Privasi Data Pengguna

X<sub>2</sub> = Persepsi Keamanan Akun Pengguna

$X_3$  = Kepercayaan

$b_1 - b_3$  = Koefisien Regresi

$e$  = Standart eror

#### 4. Analisis Koefisiensi Determinasi

Menurut Nawari (2010) Koefisiensi determinasi adalah salah satu bagian dari analisis regresi linier berganda maupun sederhana yang digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Koefisiensi determinasi disimbolkan dengan R square.

Nilai Koefisiensi determinasi berkisar antara 0 sampai 1. Apabila nilainya mendekati 1 artinya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat, dan sebaliknya apabila nilainya mendekati 0 maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin lemah, Nawari (2010).

Rumus koefisiensi determinasi :

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD : Koefisiensi Determinasi

$R^2$  : Nilai Koefisien Korelasi

## 5. Uji Hipotesis

### a) Uji T

Ghozali (2016) Mengemukakan Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel bebas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen dan digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikansi 0,05.

Rumus :

$$t = \frac{b_i}{Se(b_i)}$$

Keterangan :

t = hasil hitung

$b_i$  = koefisien regresi variabel bebas

$Se(b_i)$  = kesalahan standar koefisien regresi yang dapat ditentukan oleh formula.

Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu :

1. Apabila angka probabilitas signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
2. Apabila angka probabilitas signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

b) Uji F

Menurut Ghozali (2016) Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen.

Rumus Uji F adalah sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan :

$R^2$  = Koefisien Determinasi

k = Jumlah variabel dependen

n = Jumlah sampel (data)

Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu :

1. Apabila angka probabilitas signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
2. Apabila angka probabilitas signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.