BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yang merupakan pendekatan ilmiah terhadap pengambilan keputusan manajerial dan ekonomi. Pendekatan ini berangkat dari data yang diproses menjadi informasi dan membuktikan teori, sehingga dapat menjadi bahan yang berharga bagi pengambilan keputusan. Pendekatan ini berangkat dari data yang diproses menjadi informasi yang berharga bagi pengambilan keputusan. Pemrosesan data mentah menjadi informasi yang bermanfaat inilah yang merupakan jantung dari analisis kuantitatif.[1]

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode survei, Dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif maka data-data yang diperoleh dari lapangan diolah menjadi angka-angka. Kemudian angka-angka tersebut diolah menggunakan metode statistik untuk mengetahui hasil olah data yang diinginkan.

B. Populasi dan sampel

Populasi dari penelitian ini adalah semua pelanggan *e-commerce* fashion muslim. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability* yakni Teknik *sampling insidental*, yakni teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara

[1] Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi,* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2001), 1.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.[2]

Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya. Rumus dalam menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui menggunakan rumus Lemeshow[3] sebagai berikut:

$$\mathbf{n = \frac{z^2 1\text{-}\alpha/2P(1\text{-}P)}{d^2}}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95 % = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10 %

Melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{z^2 1\text{-}\alpha/2P(1\text{-}P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1{,}96^2 \,.\, 0{,}5\ (1 - 0{,}5)}{0{,}1^2}$$

$$n = \frac{3{,}8416 \,.\, 0{,}25}{0.01}$$

$$n = 96{,}04 = 100$$

Sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah 96,04 = 100 orang sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 100

[2] Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung, 2012), 56.
[3] Stanley Lemeshow, David W. Hosmer J, Janeile Klar & Stephen K. Lwanga, *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan,* (Yogyakarta : Gajah Mada Uneversity Press, 1997), 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

orang. Peneliti menggunakan *google docs form* sebagai media melakukan penyebaran kuesioner. Responden yang dipilih adalah konsumen *E-Commerce* Fashion muslim.

C. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya.[4] Berdasarkan hubunganya, variabel dapat dibedakan menjadi dua, yaitu sebagai berikut:

1. Variabel bebas (Independen)

   Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab bagi variabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah *E-Loyalty* (X1), *Islamic Perceived of Risk* (X2).

2. Variabel terikat (dependen)

   Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau disebabkan oleh variabel lain, namun suatu variabel tertentu dapat sekaligus menjadi variabel bebas dan variabel terikat.[5] Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan *repurchase* (Y).

D. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini, operasional variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

[4] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), 58.
[5] Iqbal Hasan, *Analisis data penelitian dengan statistik* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004), 12-13.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 3.1
Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	E-Loyalty (X1)	e-loyalty adalah niatan pelanggan untuk mengunjungi website kembali dengan atau tanpa terjadinya transaksi online	1. Kepercayaan 2. Kenyamanan 3. Tidak mau menggunakan website lain
2	Islamic Perceived of Risk (X2)	Persepsi akan risiko merupakan anggapan risiko yang menghadirkan penilaian seseorang akan adanya kemungkinan atas hasil positif ataupun negatif dari suatu transaksi atau situasi, serta sebuah bentuk multidimensional yang terdiri dari risiko produk dan keuangan dalam belanja daring (belanja *online*)	1. Risiko Keuangan 2. Risiko Produk 3. Risiko Waktu 4. Risiko Pengiriman 5. Risiko Sosial 6. Keamanan Informasi
3	Keputusan *Repurchase* (Y)	Pengambilan keputusan pembelian adalah suatu proses psikologis yang dilalui oleh konsumen atau pembeli.	1. Melakukan pembelian berulang 2. Mencari Informasi kembali 3. Merekomendasikan kepada orang terdekat

E. Sumber Data Penelitian

1. Sumber Data Primer

Data primer dalam penelitian ini adalah jawaban dari konsumen mengenai e-commerce fashion muslim yang diperoleh melalui data kuesioner.

2. Sumber data Sekunder

Adapun sumber data sekunder yang dimaksud adalah sumber data yang didapat dari buku-buku atau pustaka, Artikel yang berhubungan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan topik bahasan ini serta hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh pihak lain.

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penyebaran angket atau kuesioner. Angket atau kuesioner merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan secara tertulis untuk memecahkan masalah penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Untuk keperluan kuantitatif, maka jawaban dapat diberi skor:

Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Tabel 3.2
Skala Likert

Instrumen Variabel	Alternatif Jawaban	Skor
E-Loyalty, Islamic Perceived of Risk	Sangat Setuju	5
	Setuju	4
	Kurang Setuju	3
	Tidak Setuju	2
	Sangat Tidak Setuju	1
Keputusan *Repurchase*	Sangat Setuju	5
	Setuju	4
	Kurang Setuju	3
	Tidak Setuju	2
	Sangat Tidak Setuju	1

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. Uji Validitas, Reliabilitas, dan Normalitas

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen.[6] Dengan menggunakan *Corrected Item-Total Correlation* item pertanyaan dapat dikatakan valid jika lebih besar dari 0,195.

Dengan standar rumus sebagai berikut:

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

r_{xy} = koefisisen validitas item yang dicari.

X = skor responden untuk tiap item.

Y = total skor tiap responden dari seluruh item.

$\sum X$= jumlah skor dalam distribusi X.

$\sum Y$= jumlah skor dalam distribusi Y.

$\sum X^2$= jumlah kuadrat masing-masing skor X.

$\sum Y^2$= jumlah kuadrat masing-masing skor Y.

N = jumlah subyek.

Pengambilan keputusan bahwa setiap indikator valid apabila nilai r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel}. Untuk menentukan nilai $r_{hitung,}$ dibantu dengan program SPSS 19.

[6]Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian.* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 144.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Uji Reliabilitas

Hasil penelitian yang reliabel adalah jika terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda.[7] Keandalan suatu instrument menunjukkan hasil pengukuran dari suatu instrument yang tidak mengandung bias atau bebas dari kesalahan pengukuran *(error free),* sehingga menjamin suatu pengukuran yang konsisten dan stabil (tidak berubah) dalam kurun waktu dan berbagai item atau titik *(point)* dalam instrument.[8] Pengujian reliabilitas dapat dilakukan dengan rumus *Alfa Cronbach,* rumus dari *Alfa Cronbach*, yaitu:

$$r = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1 - \frac{\Sigma \sigma b^2}{\sigma t^2}\right]$$

Dimana:

r = reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma b^2$= Jumlah varian butir

σt^2 = varians total

Menurut Uma Sekaran, pengambilan keputusan untuk uji realiabilitas sebagai berikut:

a. *Cronbach Alpha* < 0,6 = reliabilitas buruk

b. *Cronbach Alpha* 0,6 – 0,79 = reliabilitas diterima

[7] Sugiyono, 172.
[8] Puguh Suharsono, Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis, (Jakarta, PT. Indeks, 2009),106.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. *Cronbach Alpha* 0,8 = reliabilitas baik[9]

Hasil pengujian dikatakan reliabel apabila nilai r *Cronbach alpha* ≥ 0,6. dimana penguji reliabilitas menggunakan program SPSS 19.

H. Teknik Analisis Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan metode:

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian pada variabel penelitian dengan model regresi, apakah dalam variabel dan model regresinya terjadi kesalahan. Untuk mendapatkan model regresi yang baik harus terbebas dari penyimpangan data yang terdiri dari multikolonieritas, heteroskedastisitas dan normalitas. Berikut ini macam-macam Uji asumsi klasik:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk melihat tingkat kenormalan data yang digunakan, apakah data berdistribusi normal atau tidak. Tingkat kenormalan data sangat penting, karena dengan data yang terdistribusi normal, maka data tersebut dianggap dapat mewakili populasi.

Uji normalitas dengan menggunakan metode One Sample Kolmogorov-Smirnov cara untuk mendeteksinya adalah dengan

[9] Duwi Priyanto, *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS,* (Yogyakarta: Mediakom, 2013), 30.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melihat nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka residual terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan bentuk pengujian untuk asumsi dalam analisis regresi berganda. Asumsi multikolinearitas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinearitas. Gejala multikolinearitas adalah gejala korelasi antar variabel independen. Gejala ini ditunjukkan dengan korelasi yang signifikan antar variabel independen. Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, dalam penelitian ini dengan menggunakan *tolerance* dan VIF (variance inflation factor).[10] *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih dan tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF (karena VIF = 1/*tolerance*) dan menunjukkan adanya kolonieritas yang tinggi. Nilai *cut off* yang dipakai oleh nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai nilai VIF di atas 10. Apabila terdapat variabel bebas memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresinya.

c. Uji Heteroskedastisitas

Salah satu asumsi pada fungsi regresi adalah apabila variasi faktor pengganggu selalu sama pada data pengamatan yang satu

[10] Santosa P.B dan Ashari, *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS* (Yogyakarta: ANDI, 2005), 238.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan data pengamatan yang lain.[11] Jika ciri ini dipenuhi, berarti variasi faktor pengganggu pada kelompok data tersebut bersifat homoskedastis. Jika asumsi tersebut tidak dapat dipenuhi maka dapat dikatakan terjadi penyimpangan.

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual data yang ada. Model regresi yang baik adalah yang tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Cara yang digunakan dalam pengujian ini adalah dengan uji *Spearman's Rho*. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan melakukan analisis korelasi *Spearman's* antara *residual* dengan masing-masing variabel independen. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan *residual* lebih dari 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.[12]

2. Regresi Linier Berganda

Adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat.[13]

---

[11] Muhammad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), 106.
[12] Duwi Priyanto, *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS (*Yogyakarta: Mediakom, 2013), 66.
[13] Husain Usman dan Purnomo Setiadi Akbar, *Pengantar Statistika* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 241.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Rumus:

$\hat{Y} = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2$

Dimana:

$\hat{Y}$	: Keputusan *Repurchase*
x_1	: *E-Loyalty*
x_2	: *Perceived of Risk*
b	: koefesien regresi variabel antara x dan Y

3. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui hipotesis yang diajukan terbukti atau tidak, maka digunakan perhitungan uji ststistik dengan penetapan tingkat kepercayaan.

a. Uji-F (Simultan/serempak)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama (simultan) koefesien variabel bebas mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikat.[14] Adapun langkah-langkah uji F atau uji simultan:

1) Perumusan Hipotesis

H_0 = terdapat pengaruh positif yang signifikan secara simultan dari variabel *E-Loyalty* dan *Islamic Perceived of risk* terhadap keputusan *repurchase* pada pelanggan *E-Commerce* fashion muslim.

[14] Asnawawi dan Maskhuri, *Metodologi Riset Pemasaran* (Malang: UIN Maliki Press, 2011), 182.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

H1 = Tidak terdapat pengaruh positif yang signifikan secara simultan dari variabel *E-Loyalty* dan *Perceived of risk* terhadap Keputusan *Repurchase* pada pelanggan *E-Commerce* fashion muslim.

2) Nilai kritis distribusi F dengan level of significant α = 5 %

F_{tabel} = F α ; $_{numerator}$; $_{denominator}$

= F $_{0,05}$; k-1 ; n-k

3) Kriteria penolakan atau penerimaan jika:

a) $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_1 ditolak, ini berarti tidak ada pengaruh simultan oleh variabel X dan Y.

b) $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_1 terbukti, hal ini berarti terdapat pengaruh yang simultan terhadap variabel X dan Y.

b. Uji-t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial mamiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.[15]

1) Perumusan Hipotesis

H_0 = terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel *E-Loyalty* dan *Islamic Perceived of risk* terhadap keputusan *repurchase* pada pelanggan *E-Commerce* fashion muslim.

[15] *Ibid.,*182.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

H1 = Tidak terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel *E-Loyalty* dan *Perceived of risk* terhadap Keputusan *Repurchase* pada pelanggan *E-Commerce* fashion muslim.

2) Menentukan nilai kritis dengan *level of significant* α = 5%

$t_{tabel} = t_{(\alpha/2\ ;\ -\ k-\ 1)}$

3) Penentuan kritis penerimaan dan penolakan jika

a) $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_1 ditolak, itu berarti tidak ada pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y

b) $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_1 terbukti, itu berarti ada pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id