

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Pada penelitian ini, penulis menggunakan objek penelitian berupa 2 variabel yakni variabel dependen dan variabel independen. Variabel independen yang dimaksud adalah kualitas *website*, sedangkan variabel dependen yang dimaksud adalah minat beli. Penulis menggunakan *Time Horizon Cross Sectional Method* karena penelitian dilakukan dalam satu waktu yaitu mulai dari Maret 2020 hingga Juli 2020.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian yakni sebuah rencana yang dipersiapkan sebelum penelitian dilakukan yang akan digunakan sebagai panduan pada saat penulis mengumpulkan dan menganalisis data. Penulis menggunakan desain penelitian kausal, yakni desain yang memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan sebab dan akibat dari permasalahan yang terjadi sehingga dapat diperoleh jawaban mengenai pengaruh kualitas *website* Sorabel terhadap minat beli konsumen. Perusahaan yang akan diteliti oleh penulis adalah Sorabel by Sale Stock yang beralamat di Jalan Mayjen DI Panjaitan No. 1C, Jakarta Timur. Lokasi penelitian dari penelitian ini yakni pada *website* Sorabel dengan alamat *website* <https://www.sorabel.com>.

3.2.2 Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian, dibutuhkan metode yang sesuai agar hasil akhir yang diharapkan tercapai. Pada penelitian ini digunakan 2 jenis penelitian yaitu penelitian deskriptif dan penelitian verifikatif.

Penelitian deskriptif ialah suatu penelitian yang di dalamnya terdapat paparan dari variabel-variabel tertentu lalu diteliti tanpa proses analisis dan hubungan dengan variabel lainnya. (Nasrudin, 2019). Penelitian deskriptif dilakukan guna memperoleh gambaran dari kualitas *website* Sorabel.

Nasrudin (2019) pun berpendapat bahwa penelitian verifikatif dilakukan guna membuktikan keabsahan dari sebuah studi pada suatu peristiwa tertentu. Menguji pengaruh dari kualitas *website* terhadap minat beli konsumen merupakan tujuan dari penelitian verifikatif.

Berdasarkan dari penjelasan kedua jenis penelitian sebelumnya, jenis metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode *explanatory survey* atau *descriptive survey*. *Explanatory survey* adalah jenis survei yang berguna dalam membandingkan variabel dengan cara uji hipotesis dan sampel didapatkan dari suatu populasi.

Metode survei membuat penulis mampu mengetahui anggapan tentang objek yang hendak diteliti. Hal itu dikarenakan penulis secara langsung terjun ke lapangan dan menemukan sampel yang mewakili populasi.

3.3 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang dikaji pada penelitian ini adalah variabel X (variabel independen) dan variabel Y (variabel dependen), yakni:

1. Kualitas *website* sebagai variabel X (variabel independen).
2. Minat beli sebagai variabel Y (variabel dependen).

Sebelum dilakukan penelitian dan pengolahan data, penulis membuat operasional variabel yang tertera pada Tabel 3.1 untuk memudahkan dalam pembuatan kuesioner. Selain itu, penulis juga menambahkan pertanyaan terbuka untuk pengambilan data dengan metode wawancara.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item	Pertanyaan Tertutup	Pertanyaan Terbuka
Kualitas <i>Website</i> (X); kualitas <i>website</i> ialah salah satu kunci utama alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, maka perusahaan harus memahami persepsi konsumen mengenai atribut-atribut yang harus ada pada <i>website</i> . (Faizan Ali, 2016)	<i>Usability</i>	Tingkat kemudahan tampilan web Sorabel untuk dipahami	Ordinal	1	Saya merasa tampilan web Sorabel mudah untuk dipahami	1. Bagaimana pengalaman saat mengunjungi <i>website</i> Sorabel? Apakah menyenangkan? Bila iya maupun tidak jelaskan alasannya. 2. Dari segi kegunaan, apakah web Sorabel mudah dipahami dan digunakan oleh konsumen? Menurut Anda, apakah segi kegunaan sebuah web mempengaruhi minat beli konsumen dalam membeli produk di sebuah <i>marketplace/e-commerce</i> ?
		Tingkat kemudahan untuk mengakses web Sorabel	Ordinal	2	Saya dapat mengakses web Sorabel dengan mudah	
		Tingkat kecepatan saat mengakses web Sorabel	Ordinal	3	Saya dapat mengakses web Sorabel dengan cepat	
		Tingkat kemudahan web Sorabel untuk mencari produk	Ordinal	4	Saya dapat melakukan pencarian produk pada web Sorabel dengan mudah	
		Tingkat kemudahan web Sorabel dalam menyelesaikan transaksi	Ordinal	5	Saya merasa mudah untuk menyelesaikan transaksi pada web Sorabel	
	<i>Website Design</i>	Tingkat keteraturan tampilan <i>user</i>	Ordinal	6	Saya merasa tampilan dan	3. Menurut Anda, bagaimana tampilan web

		<i>interface</i> web Sorabel			tata letak halaman pada web Sorabel cukup teratur	Sorabel? Apakah tampilan web yang menarik mempengaruhi Anda dalam ketertarikan untuk membeli suatu produk pada <i>marketplace/e-commerce</i> ?
		Tingkat kemenarikan tampilan web Sorabel	Ordinal	7	Saya merasa tampilan web Sorabel menarik dan enak dilihat	
	<i>Information Quality</i>	Tingkat akurasi informasi yang disajikan web Sorabel	Ordinal	8	Saya merasa informasi yang tersedia pada web Sorabel akurat	4. Bagaimana informasi yang tertera pada web Sorabel? Menurut Anda, apakah kelengkapan, keakuratan, dan kejelasan informasi yang tertera pada web mempengaruhi minat beli konsumen pada <i>marketplace/e-commerce</i> ?
		Tingkat kelengkapan informasi yang disajikan web Sorabel	Ordinal	9	Saya merasa informasi yang tersaji pada web Sorabel sudah cukup lengkap	
		Tingkat kejelasan informasi yang tertera pada web Sorabel	Ordinal	10	Saya merasa informasi yang tertera pada web Sorabel cukup jelas	
	<i>Trust</i>	Tingkat keamanan informasi pribadi yang tersimpan	Ordinal	11	Saya merasa aman informasi pribadi saya	5. Seberapa besar kepercayaan Anda terhadap web Sorabel

		pada web Sorabel			tersimpan pada web Sorabel	dalam menyimpan informasi pribadi Anda dan melakukan transaksi? Apakah kepercayaan terhadap sebuah web mempengaruhi Anda dalam ketertarikan untuk membeli suatu produk pada <i>marketplace/e-commerce</i> ?
		Tingkat keamanan web Sorabel untuk melakukan transaksi	Ordinal	12	Saya merasa aman untuk melakukan transaksi pada web Sorabel	
		Tingkat reputasi web Sorabel	Ordinal	13	Saya merasa web Sorabel memiliki reputasi yang baik	
	<i>Empathy</i>	Tingkat kemudahan berinteraksi dengan layanan konsumen di web Sorabel	Ordinal	14	Saya merasa mudah berinteraksi dengan layanan konsumen di web Sorabel	6. Dari segi pelayanan, apakah web Sorabel sudah memberikan yang terbaik bagi konsumennya? Menurut Anda, apakah ada hubungan antara segi pelayanan dengan minat beli konsumen <i>marketplace/e-commerce</i> ?
		Tingkat kecepatan layanan konsumen Sorabel dalam membalas keluhan/pertanyaan	Ordinal	15	Saya merasa layanan konsumen yang terdapat pada web Sorabel cepat dalam membalas keluhan maupun	

					pertanyaan konsumen	
		Tingkat penyediaan rekomendasi produk dari web Sorabel untuk konsumen	Ordinal	16	Saya terbantu dengan rekomendasi produk yang disediakan pada web Sorabel	
Minat Beli (Y), Minat beli merupakan sesuatu yang dihasilkan dari evaluasi individu seorang konsumen mengenai gambaran sebuah produk dari segi kualitas, kemampuan, dan keuntungan yang dapat diperoleh apabila	<i>Percieved Risk</i>	Tingkat persepsi konsumen terhadap tingkat resiko berbelanja di Sorabel	Ordinal	17	Saya merasa tingkat resiko berbelanja di Sorabel sangat rendah	7. Menurut Anda, seberapa besar tingkat resiko dalam berbelanja di web Sorabel? Apakah Anda memperhatikan resiko ketika hendak berbelanja <i>online</i> ?
		Tingkat ketertarikan untuk membeli berdasarkan tingkat resiko	Ordinal	18	Saya tertarik untuk membeli di web Sorabel karena resiko yang rendah	
	<i>Return Policy</i>	Tingkat kemudahan pengembalian barang pada Sorabel	Ordinal	19	Saya merasa pengembalian barang pada Sorabel cukup mudah	8. Menurut Anda, apakah proses pengembalian produk pada web Sorabel mudah dilakukan? Apakah <i>return policy</i> menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi Anda untuk berbelanja pada sebuah <i>marketplace/e-commerce</i> ?
		Tingkat ketertarikan untuk membeli berdasarkan informasi mengenai	Ordinal	20	Saya tertarik untuk berbelanja di web Sorabel karena	

mengkonsumsi produk tersebut (Utami dan Hendra, 2017).		peraturan pengembalian produk			peraturan pengembalian produk yang mudah dan jelas	
	<i>e-WOM</i>	Tingkat citra <i>e-WOM</i> mengenai Sorabel	Ordinal	21	Saya merasa Sorabel memiliki citra <i>e-WOM</i> yang baik	9. Sepengetahuan Anda, bagaimana citra <i>e-WOM</i> Sorabel? Apakah <i>e-WOM</i> sebuah <i>marketplace/e-commerce</i> menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi Anda untuk melakukan pembelian pada web-nya?
		Tingkat ketertarikan untuk membeli berdasarkan citra <i>e-WOM</i>	Ordinal	22	Saya tertarik untuk berbelanja di web Sorabel karena Sorabel memiliki citra <i>e-WOM</i> yang baik	
	<i>Prior Shopping Experience</i>	Tingkat pengalaman berbelanja <i>online</i> sebelumnya	Ordinal	23	Saya memiliki pengalaman baik dengan kegiatan berbelanja <i>online</i> sebelumnya	10. Selain Sorabel, <i>website fashion e-commerce/marketplace</i> apa saja yang pernah ada kunjungi? Setelah mengunjungi <i>website</i> Sorabel, menurut Anda apa keunggulan <i>website</i> Sorabel dibandingkan dengan <i>website fashion e-</i>
		Tingkat ketertarikan untuk membeli berdasarkan	Ordinal	24	Saya tertarik untuk berbelanja di web Sorabel	

		pengalaman berbelanja <i>online</i> sebelumnya			karena memiliki pengalaman baik dengan kegiatan berbelanja <i>online</i> sebelumnya	<i>commerce/marketplace</i> yang lain?
--	--	--	--	--	---	---

3.4 Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data

Pada suatu riset, data termasuk komponen terpenting yang dibutuhkan. Data yang baik haruslah merepresentatif, obyektif, relevan serta tingkat ketelitian yang tinggi agar bisa diolah menjadi sebuah informasi. Setelah data diolah, data tersebut bisa menghasilkan informasi untuk pengambilan kesimpulan dalam sebuah penelitian. Hal itu menunjukkan bahwa sangat penting data yang dipakai teruji keasliannya.

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Data ialah hasil yang didapatkan dari sebuah penelitian, bentuknya bisa berupa angka, lambang, sifat, atau bentuk yang lain. (Kuswandi dan Mutiara, 2004). Berdasarkan cara memperolehnya, data terbagi menjadi dua jenis yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer

Data primer merupakan data yang didapatkan secara langsung oleh peneliti dari penelitiannya guna menemukan jawaban dari masalah yang diobservasi oleh peneliti. Peneliti harus mencari dan mengolah datanya sendiri karena data tersebut tidak tersedia sebelumnya. Data primer akan primer dengan cara penyebaran kuesioner. Penyebaran kusioner akan dilakukan secara *online* kepada konsumen Sorabel yang berusia 18-34 tahun.

2. Data Sekunder

Data sekunder ialah data yang didapatkan peneliti dari pihak ketiga. Peneliti hanya bisa memperoleh data tersebut kepada pihak lain/pihak ketiga yang sudah mendapatkannya sebelumnya. Data tersebut dapat didapatkan dari sumber di internet dalam berbagai bentuk seperti buku, jurnal, artikel, atau bentuk lainnya.

Tabel 3.2 Data Penelitian

No.	Variabel	Tujuan Penelitian	Jenis Data	Sumber Data	Jenis Analisis
1.	Kualitas <i>Website</i>	<ul style="list-style-type: none"> Mengetahui persepsi konsumen mengenai kualitas 	<ul style="list-style-type: none"> Primer (Kuesioner, Wawancara) Sekunder (Media 	<ul style="list-style-type: none"> <i>Website</i> Jurnal Buku Laporan Media Sosial 	<ul style="list-style-type: none"> Analisis Data Deskriptif <p>Analisis dilakukan agar kumpulan data yang didapatkan lebih sederhana dan ringkas</p>

		<p><i>website</i> Sorabel.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengetahui pengaruh kualitas <i>website</i> terhadap minat beli konsumen. 	<p>Sosial, <i>Website</i>, Buku, Jurnal)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pengunjung <i>Website</i> Sorabel 	<p>sehingga mudah dipahami.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analisis Data Verifikatif <p>Teknik ini berfungsi sebagai alat untuk mengetahui hubungan korelatif antar variabel yang sebelumnya telah didefinisikan pada hipotesis dan diuji bagaimana pengaruh dan signifikansinya.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uji Normalitas <p>Uji ini berfungsi agar penulis mendapatkan fakta apakah data yang dikaji berdistribusi normal atau tidak.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analisis Korelasi <p>Penggunaan analisis korelasi memiliki fungsi sebagai alat pencari korelasi antara kedua variabel yang dikaji.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analisis Regresi Sederhana <p>Teknik analisis regresi sederhana dibutuhkan pada penelitian ini guna mengetahui variabel dependen (Y) yaitu Minat Beli bisa terprediksi melalui variabel independen (X) yaitu Kualitas <i>Website</i>.</p>
2.	Minat Beli	<ul style="list-style-type: none"> • Mengetahui tingkat minat beli konsumen Sorabel. • Mengetahui pengaruh kualitas <i>website</i> terhadap minat beli konsumen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Primer (Kuesioner, Wawancara) • Sekunder (Media Sosial, <i>Website</i>, Buku, Jurnal) 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Website</i> • Jurnal • Buku • Laporan • Media Sosial • Pengunjung <i>Website</i> Sorabel 	<p>sehingga mudah dipahami.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analisis Data Verifikatif <p>Teknik ini berfungsi sebagai alat untuk mengetahui hubungan korelatif antar variabel yang sebelumnya telah didefinisikan pada hipotesis dan diuji bagaimana pengaruh dan signifikansinya.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uji Normalitas <p>Uji ini berfungsi agar penulis mendapatkan fakta apakah data yang dikaji berdistribusi normal atau tidak.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analisis Korelasi <p>Penggunaan analisis korelasi memiliki fungsi sebagai alat pencari korelasi antara kedua variabel yang dikaji.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analisis Regresi Sederhana <p>Teknik analisis regresi sederhana dibutuhkan pada penelitian ini guna mengetahui variabel dependen (Y) yaitu Minat Beli bisa terprediksi melalui variabel independen (X) yaitu Kualitas <i>Website</i>.</p>

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Dibutuhkan beberapa teknik/cara yang untuk mengumpulkan data. Ada 3 teknik yang digunakan oleh penulis di antaranya:

- a. Kuesioner, yaitu sebuah alat yang berfungsi sebagai pengumpul data berbentuk daftar pertanyaan atau biasa disebut kuesioner. Penulis menggunakan media *digital* yaitu Google Form untuk mengumpulkan data dalam bentuk kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* melalui media sosial Twitter dan Instagram. Hal ini menurut Sue dan Ritter (2007) cocok dilakukan pada penelitian ini karena populasi cukup besar dan luas sehingga bisa memudahkan penulis saat mengumpulkan data. Lalu, keamanan privasi lebih terjaga ketika Kuesioner berbasis media *digital*.
- b. Wawancara, ialah salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis dengan melakukan sesi tanya jawab antara pewawancara dengan responden menggunakan panduan wawancara yang sudah disiapkan sebelumnya. Wawancara dilaksanakan melalui telepon pada media sosial kepada responden atau konsumen Sorabel.
- c. Studi Literatur, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis dengan menelaah berbagai macam sumber literatur seperti buku, majalah, artikel, jurnal, laporan yang memiliki hubungan dengan yang diteliti.

3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.5.1 Populasi

Hermawan dan Yusran (2017) menyampaikan bahwa populasi berarti sekelompok individu, peristiwa, atau benda yang penulis harus perhatikan. Populasi tidak berkenaan dengan orang maupun benda melainkan berkenaan dengan data. Populasi yang digunakan oleh penulis pada penelitian ini yakni konsumen Sorabel (*end-customer*) yang pernah mengunjungi web Sorabel. Data yang akan digunakan sebagai populasi yakni pengunjung bulanan pada kuartal 3 2019 yaitu sebesar 106.300 pengunjung. Data tersebut diperoleh dari Peta *E-Commerce* Indonesia 2019.

3.5.2 Sampel

Sampel ialah suatu bagian dari populasi yang diobservasi. Dalam menentukan sampel, tidak terdapat batasan untuk jumlah sampel yang diambil. Asalkan sifat karakteristik sampel apakah mendekati populasi sehingga bisa digunakan sebagai generalisasi akan populasi. Pada saat menentukan jumlah sampel, penulis menggunakan perhitungan rumus Slovin.

Rumus Slovin digunakan untuk menghitung sampel pada penelitian ini, maka jumlah dari sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{106300}{1+106300.0.01} = 99.97 \approx 100 \text{ orang}$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus Slovin sebelumnya, maka sebanyak 100 orang responden situs Sorabel digunakan sebagai sampel pada penelitian ini. Sebagian dari sampel merupakan pengikut dari akun Instagram @sorabelofficial karena penulis menyebarkan kuesioner kepada beberapa pengikut @sorabelofficial.

3.5.3 Teknik Sampling

Pada penelitian ini, penulis melakukan pengambilan sampel secara *online* sehingga terdapat beberapa hal yang perlu diamati peneliti menurut Sarwono (2012) yakni:

1. *Screened sample*; teknik ini dapat digunakan dengan cara memasukkan persyaratan baru guna membatasi calon responden sesuai keinginan peneliti. Persyaratan yang dapat digunakan untuk membatasi responden di antaranya demografi, usia, jenis kelamin, atau kriteria yang lainnya.
2. *Recruited sample*; teknik ini dapat digunakan dengan cara memfokuskan populasi tertentu yang hendak dipilih menjadi responden pada penelitian. Biasanya teknik ini mengambil sampel berdasarkan alamat *e-mail*.
3. Memberikan gambaran jelas mengenai latar belakang dari sampel dengan menetapkan sampel khusus kelompok pengguna tertentu seperti pengguna sebuah aplikasi atau anggota dari sebuah perkumpulan.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, teknik non *probability sampling* dengan *purposive sampling* ialah teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh

penulis pada penelitian ini karena sampel yang dipilih untuk menjadi responden sesuai dengan karakteristik yang sudah diputuskan. Karakteristik yang digunakan penulis adalah wanita berusia 18-34 tahun yang mengetahui Sorabel dan pernah mengakses situs Sorabel. Alasan penulis memilih kriteria tersebut karena Sorabel sampai saat ini lebih banyak menyediakan produk untuk wanita dibandingkan produk untuk pria dan berdasarkan data “Pengguna *E-Commerce* Berdasarkan Usia” yang sudah dicantumkan sebelumnya, usia 18-34 tahun menempati posisi tertinggi dan menurut penulis kriteria tersebut dinilai mampu memberikan persepsinya mengenai kualitas *website* dan minat beli pada *marketplace* Sorabel.

3.6 Uji Instrumen Penelitian

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas memiliki fungsi sebagai uji item kuesioner, apakah item kuesioner valid atau tidak valid. Rumus yang digunakan untuk ialah rumus korelasi *product moment* yaitu:

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

(Sugiyono, 2016)

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh dari seluruh item

Y = Skor total

$\sum X^2$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

n = banyaknya responden

Cara signifikan untuk menguji validitas responden sebagai berikut:

1. Nilai t dibandingkan dengan harga t_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikan $\alpha = 0,05$
2. Item pernyataan-pernyataan responden penelitian valid apabila r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$)

3. Item pernyataan-pernyataan responden penelitian tidak valid apabila r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$)

Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas pada Variabel X (Kualitas Website)

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Usability</i>				
1	Saya merasa tampilan web Sorabel mudah untuk dipahami	0.511	0.361	Valid
2	Saya dapat mengakses web Sorabel dengan mudah	0.422	0.361	Valid
3	Saya dapat mengakses web Sorabel dengan cepat	0.538	0.361	Valid
4	Saya merasa mudah untuk menyelesaikan transaksi pada web Sorabel	0.713	0.361	Valid
5	Saya dapat melakukan pencarian produk pada web Sorabel dengan mudah	0.576	0.361	Valid
<i>Website Design</i>				
6	Saya merasa tampilan dan tata letak halaman pada web Sorabel cukup teratur	0.395	0.361	Valid

7	Saya merasa tampilan visual dari web Sorabel menarik dan enak dilihat	0.420	0.361	Valid
<i>Information Quality</i>				
8	Saya merasa informasi yang tersedia pada web Sorabel akurat	0.653	0.361	Valid
9	Saya merasa informasi yang tersaji pada web Sorabel sudah cukup lengkap	0.626	0.361	Valid
10	Saya merasa informasi yang tertera pada web Sorabel cukup jelas	0.618	0.361	Valid
<i>Trust</i>				
11	Saya merasa aman informasi pribadi saya tersimpan pada web Sorabel	0.569	0.361	Valid
12	Saya merasa aman untuk melakukan transaksi pada web Sorabel	0.575	0.361	Valid
13	Saya merasa web Sorabel memiliki reputasi yang baik	0.637	0.361	Valid
<i>Empathy</i>				

14	Saya merasa mudah berinteraksi dengan layanan konsumen di web Sorabel	0.523	0.361	Valid
15	Saya merasa layanan konsumen yang terdapat pada web Sorabel cepat dalam membalas keluhan maupun pertanyaan konsumen	0.494	0.361	Valid
16	Saya terbantu dengan rekomendasi produk yang disediakan pada web Sorabel	0.483	0.361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data menggunakan Program SPSS 25.0, 2020

Berdasarkan tabel 3.3 dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan dari setiap indikator pada variabel X (kualitas *website*) dinyatakan valid, karena hasil r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$).

Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas pada Variabel Y (Minat Beli)

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Perceived Risk</i>				
1.	Saya merasa tingkat resiko berbelanja di Sorabel sangat rendah	0.634	0.361	Valid

2.	Saya tertarik untuk membeli di web Sorabel karena resiko yang rendah	0.721	0.361	Valid
<i>Return Policy</i>				
3.	Saya merasa pengembalian barang pada Sorabel cukup mudah	0.636	0.361	Valid
4.	Saya tertarik untuk berbelanja di web Sorabel karena peraturan pengembalian produk yang mudah dan jelas	0.622	0.361	Valid
<i>e-WOM</i>				
5.	Saya merasa Sorabel memiliki citra <i>e-WOM</i> yang baik	0.687	0.361	Valid
6.	Saya tertarik untuk berbelanja di web Sorabel karena Sorabel memiliki citra <i>e-WOM</i> yang baik	0.778	0.361	Valid
<i>Prior Shopping Experience</i>				
7.	Saya memiliki pengalaman baik dengan kegiatan berbelanja <i>online</i> sebelumnya	0.653	0.361	Valid

8.	Saya tertarik untuk berbelanja di web Sorabel karena memiliki pengalaman baik dengan kegiatan berbelanja <i>online</i> sebelumnya	0.768	0.361	Valid
----	---	-------	-------	-------

Sumber: Hasil Pengolahan Data menggunakan Program SPSS 25.0, 2020

Berdasarkan tabel 3.4 dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan dari setiap indikator pada variabel Y (minat beli) dinyatakan valid, karena hasil r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Tingkat reliabilitas baik apabila koefisien Alpha Cronbach dari instrumen penelitian lebih besar atau sama dengan 0,70. Rumus Cronbach Alpha's digunakan untuk pengujian tingkat reliabilitas, adapun rumusnya sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right]$$

(Arikunto, 2010)

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

σ^2 = Varians total

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

Tahap-tahap yang dilakukan menguji tingkat reliabilitas yakni di antaranya:

1. Buat daftar distribusi nilai untuk tiap-tiap item kuesioner dengan tahap-tahap sebagai berikut:
 - a. Beri nomor pada kuesioner yang masuk.

- b. Beri nomor pada setiap item kuesioner sesuai dengan bobot yang sudah ditentukan sebelumnya yakni kategori 5 skala ordinal.
 - c. Jumlahkan skor untuk tiap-tiap responden, lalu jumlah skor tersebut dikuadratkan.
 - d. Jumlahkan skor yang terdapat pada tiap-tiap item dari tiap-tiap jawaban yang diberikan responden. Total dari setiap jumlah skor setiap item harus sama dengan total skor dari setiap responden.
 - e. Kuadratkan skor-skor jawaban dari tiap-tiap responden untuk setiap item, dan kemudian jumlahkan.
2. Agar koefisien reliabilitas instrument diperoleh, tiap-tiap item tersebut terlebih dahulu dijumlahkan. Hal itu dilakukan untuk mendapatkan jumlah varians item $\sum \sigma^2$. Kemudian lakukan perhitungan agar didapatkan varians total (σ^2) dengan rumus sebagai berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N}$$

(Arikunto, 2010)

Keterangan:

σ^2 = Varians

$\sum X^2$ = Jumlah skor

N = Jumlah responden

3. Berikut ketentuan untuk keputusan uji reliabilitas:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, item pertanyaan dapat dikatakan reliabel.
2. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, item pertanyaan dapat dikatakan tidak reliabel.

Seluruh uji instrumen beserta rumus-rumus yang sebelumnya telah dijelaskan diuji dengan bantuan *software* SPSS 25.0 for Windows.

Tabel 3.5 Hasil Pengujian Reliabilitas pada Variabel X (Kualitas Website) dan Variabel Y (Minat Beli)

No.	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Kualitas Website	0,845	0,700	Reliabel

2.	Minat Beli	0,833	0,700	Reliabel
----	------------	-------	-------	----------

Sumber: Hasil Pengolahan Data menggunakan Program SPSS 25.0, 2020

Berdasarkan tabel 3.5 dapat diketahui pengujian reliabilitas instrumen penelitian pada variabel X (kualitas *website*) dan Y (minat beli) dinyatakan reliabel, karena hasil perhitungan menggunakan rumus Alpha Cronbach diperoleh masing-masing nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Menurut perhitungan reliabilitas dengan bantuan SPSS 25.0 for Windows diperoleh nilai Alpha $> 0,700$, yang artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*).

3.7 Analisis Data

Pada penelitian ini digunakan dua jenis analisis yaitu analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Analisis deskriptif berguna sebagai alat untuk menjelaskan faktor-faktor penyebab, sedangkan analisis kuantitatif berguna sebagai alat uji hipotesis. Apabila dikombinasikan maka dapat diperoleh generalisasi yang bersifat komprehensif.

3.7.1 Analisis Data Deskriptif

Dalam sebuah penelitian, analisis data deskriptif dilakukan agar kumpulan data mentah lebih mudah dimengerti dengan cara dijadikan informasi yang lebih singkat dan padat. Pada penelitian ini, penulis menggunakan distribusi angka indeks. Menurut Ferdinand (2014) analisis angka indeks dilakukan agar kita dapat mengetahui persepsi umum dari responden terhadap suatu variabel yang sedang diteliti, perhitungan indeks jawaban responden dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai indeks} = ((\%F1x1) + (\%F2x2) + (\%F3x3) + (\%F4x4) + (\%F5x5))$$

Keterangan:

F1 = frekuensi responden yang menjawab 1

F2 = frekuensi responden yang menjawab 2

F3 = frekuensi responden yang menjawab 3

F4 = frekuensi responden yang menjawab 4

F5 = frekuensi responden yang menjawab 5

Agar didapatkan kecenderungan jawaban responden terhadap masing-masing variabel, maka didasarkan pada nilai skor rata-rata dari hasil perhitungan *three-box method*, menurut Ferdinand (2014) sebagai berikut:

- Batas atas rentang skor: $(\%F \times 5) / 5 = (100 \times 5) / 5 = 100$
- Batas bawah rentang skor: $(\%F \times 1) / 5 = (100 \times 1) / 5 = 20$

Dengan menggunakan *three-box method* maka rentang sebesar $100 - 20 = 80$, dibagi menjadi 3 bagian, sehingga didapatkan rentang untuk masing-masing bagian sebesar 26,66 di mana akan digunakan sebagai interpretasi nilai indeks seperti pada Tabel 3.6.

Tabel 3.6 Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Kuesioner Menggunakan *Three Box Method*

No.	Kriteria	Penafsiran Keterangan
1.	20 – 46,66	Rendah
2.	46,67 – 73,33	Sedang
3.	73,34 – 100	Tinggi

Sumber: Modifikasi dari Ferdinand (2014)

Analisis deskriptif berfungsi untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, untuk penelitian ini di antaranya:

- Analisis data deskriptif Kualitas *Website* pada *marketplace* Sorabel yang menyangkut aspek *usability*, *website design*, *information quality*, *trust*, dan *empathy*.
- Analisis data deskriptif minat beli yang terdiri dari aspek *perceived risk*, *return policy*, *e-WOM*, dan *prior shopping experience*.

3.7.2 Analisis Data Verifikatif

Teknik analisis data verifikatif ini berfungsi sebagai alat untuk mengetahui hubungan antar variabel yang telah didefinisikan dan diuji pengaruh dan signifikansinya pada hipotesis. Penelitian ini menggunakan analisis korelasi dan regresi linier sederhana karena terdapat dua variabel yang digunakan. Tujuan dari analisis verifikatif adalah agar penulis mengetahui berapa besar pengaruh kualitas *website* terhadap minat beli pada Sorabel.

Analisis verifikatif dilakukan dengan tahap-tahap yang sudah ditentukan. Pertama ubah data ordinal menjadi data interval menggunakan *Method of Successive Interval (MSI)*. *MSI* digunakan karena skala yang dipakai pada saat pengambilan data berupa ordinal, sedangkan data diharuskan dalam skala interval dalam pengolahan data dengan penerapan statistik parametrik. Maka dari itu, data ordinal yang sudah terkumpul diubah menjadi skala interval menggunakan *Method of Successive Interval (MSI)*.

3.8 Uji Asumsi Normalitas

Penulis perlu mengetahui apakah data yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Maka dari itu, uji normalitas diperlukan pada penelitian ini. Uji normalitas dapat menggunakan berbagai jenis uji. Uji yang digunakan pada penelitian ini ialah uji Kolmogorov Smirnov.

3.9 Analisis Korelasi

Penggunaan analisis ini berfungsi sebagai alat untuk menemukan korelasi antara variabel yang diamati. Ada dua jenis hubungan variabel, yakni hubungan positif dan hubungan negatif. Hubungan X dan Y dikatakan positif apabila terjadi kenaikan atau penurunan X diikuti oleh kenaikan atau penurunan Y. Untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y digunakan suatu ukuran yaitu koefisien korelasi (r). Koefisien korelasi paling sedikit bernilai -1 dan paling besar bernilai 1, artinya:

- Jika $r = 1$, hubungan X dan Y sempurna dan positif (mendekati 1, hubungan sangat kuat dan positif),
- Jika $r = -1$, hubungan X dan Y sempurna dan negatif (mendekati -1, hubungan sangat kuat dan negatif),
- Jika $r = 0$, hubungan X dan Y lemah sekali atau tidak ada hubungan.

Koefisien korelasi Pearson (*Pearson's Product Moment Coefficient of Correlation*) digunakan untuk menentukan koefisien korelasi (r), rumusnya sebagai berikut:

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

(Suharsimi Arikunto 2010)

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang didapatkan dari seluruh item

Y = Skor total

$\sum X^2$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

n = banyaknya responden

Tabel 3.7 Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkatan Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Tinggi
0,80 – 1,000	Sangat Tinggi

Sumber: Sugiyono (2016)

3.10 Analisis Regresi Sederhana

Teknik analisis regresi sederhana memiliki fungsi sebagai teknik yang digunakan untuk melihat bagaimana variabel dependen (Y) yaitu Minat Beli bisa terprediksi melalui variabel independen (X) yaitu Kualitas *Website*.

Regresi linier sederhana memiliki persamaan umum sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Di mana:

Y = subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan

a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b = Koefisien regresi

X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

Harga a dihitung dengan rumus:

$$a = \frac{\sum Y(\sum X^2) - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Sedangkan harga b dihitung dengan rumus:

$$b = \frac{n \sum XY - \sum Y \sum X}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

X dapat dikatakan berpengaruh pada Y apabila perubahan nilai X dapat berdampak pada perubahan di Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa naik turunnya X akan berdampak pada naik turunnya nilai Y. Maka dari itu, nilai Y dapat bervariasi. Akan tetapi, bukan hanya X yang dapat menyebabkan nilai Y bervariasi. Hal itu disebabkan masih banyak faktor lainnya yang mampu menjadi salah satu penyebabnya. Besaran pengaruh variabel X terhadap naik turunnya nilai Y bisa dihitung menggunakan koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

3.11 Uji Hipotesis

Penulis menggunakan 2 variabel pada penelitian ini di antaranya Kualitas *Website* (variabel X) dan Minat Beli (variabel Y). Penelitian ini hendak membuktikan dan menguji hipotesis mengenai ada atau tidaknya pengaruh dari Kualitas *Website* terhadap Minat Beli. Terdapat dua hipotesis yakni:

H₀: Tidak terdapat pengaruh dari Kualitas *Website* terhadap Minat Beli.

H_a: Terdapat pengaruh Kualitas *Website* terhadap Minat Beli.

Bersumber pada statistik yang akan dipakai dan hipotesis penelitian yang sebelumnya telah dirancang, penulis memutuskan dua hipotesis untuk uji statistik yakni hipotesis nol (H₀) yang dirumuskan untuk ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) yang dirumuskan untuk diterima, yang telah diformulasikan sebagai berikut:

H₀: $p = 0$, Kualitas *Website* (X) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y)

$H_a: p \neq 0$, Kualitas *Website* (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y)

Kriteria berikut ini berfungsi sebagai tanda apakah hipotesis ditolak atau diterima:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_0 ditolak; H_a diterima

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ H_0 diterima; H_a ditolak

Penulis pun menggunakan rumusan yaitu uji t untuk menguji hipotesis yang sebelumnya telah dirancang:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (\text{Sugiyono, 2016})$$

Keterangan:

t = Statistik uji korelasi

r = koefisien korelasi antara variabel X dan Y

n = banyaknya sampel dalam penelitian