



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini meneliti niat penggunaan dari Tokopedia yang meningkat berdasarkan data statistik, oleh karna itu objek dari penelitian ini adalah pengguna dari Tokopedia.



Gambar 3.1 Logo Tokopedia, oleh www.Tokopedia.com

Penelitian ini menggunakan objek pengguna Tokopedia karena menurut situs Alexa.com Tokopedia menempati urutan pertama sebagai *website e-commerce* yang paling sering dikunjungi di Indonesia, dan menempati Urutan ke-6 sebagai *website* yang paling sering dikunjungi dari semua kategori *website* di Indonesia. Hal tersebut mengimplikasikan bahwa saat ini niat penggunaan

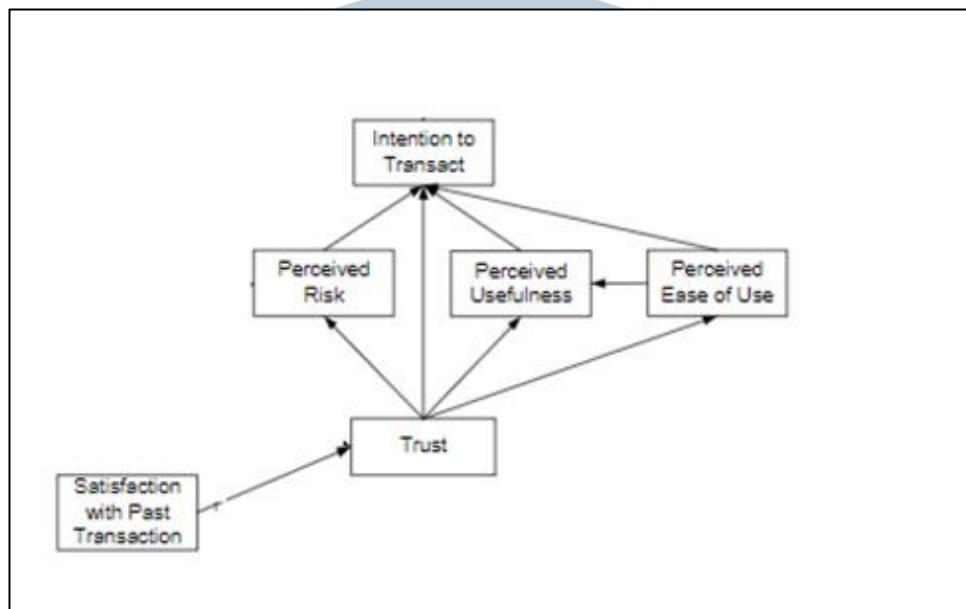
Tokopedia mengalami kenaikan sehingga meningkatkan jumlah pengunjungnya (Alexa, 2019).

3.2 Model dan Hipotesis Penelitian

Model penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *Technology Acceptance Model* yang di modifikasi oleh Pavlou. Model TAM Pavlou ini merupakan model yang ditujukan untuk menelaah pengaruh faktor-faktor tertentu yang akan mempengaruhi kesediaan seseorang untuk melakukan transaksi jual-beli di dunia maya. Pavlou menambahkan variabel Trust pada model dasar TAM (Sadiyoko, et.al., 2009). Model TAM penelitian terdapat pada gambar 3.2.

Hipotesis penelitian dibangun berdasarkan dari model penelitian. Hipotesis dari penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.1.





Gambar 3.2 Model Penelitian

Variabel *actual transact* dihapus dari model, karena pada penelitian ini faktor yang di analisa hanya sampai niat penggunaanya saja, tidak sampai terjadinya suatu transaksi.

Tabel 3.1 Hipotesis Penelitian

No	Deskripsi	Sumber
Hipotesis 1		
H0	<i>Trust</i> (T) tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap <i>Intention to transact</i> (ITT).	(Sadiyoko, et.al., 2009)
H1	<i>Trust</i> (T) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap <i>Intention to transact</i> (ITT).	(Sadiyoko, et.al., 2009)

No	Deskripsi	Sumber
Hipotesis 2		
H0	<i>Perceived Usefulness</i> (PU) tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap <i>Intention to transact</i> (ITT).	(Sadiyoko, et.al., 2009)
H2	Perceived Usefulness (PU) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap <i>Intention to Transact</i> (ITT).	(Sadiyoko, et.al., 2009)
Hipotesis 3		
H0	<i>Perceived ease of use</i> (PEOU) tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap <i>Intention to transact</i> (ITT).	(Sadiyoko, et.al., 2009)
H3	<i>Perceived ease of use</i> (PEOU) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap <i>Intention to transact</i> (ITT).	(Sadiyoko, et.al., 2009)
Hipotesis 4		
H0	<i>Perceived ease of use</i> (PEOU) tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap <i>Perceived Usefulness</i> (PU).	(Sadiyoko, et.al., 2009)
H4	<i>Perceived ease of use</i> (PEOU) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap <i>Perceived Usefulness</i> (PU).	(Sadiyoko, et.al., 2009)
Hipotesis 5		
H0	<i>Perceived Risk</i> (PRS) tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap <i>Intention to transact</i> (ITT).	(Sadiyoko, et.al., 2009)
H5	<i>Perceived Risk</i> (PRS) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap <i>Intention to transact</i> (ITT).	(Sadiyoko, et.al., 2009)
Hipotesis 6		
H0	<i>Trust</i> (T) tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap <i>Perceived Usefulness</i> (PU).	(Sadiyoko, et.al., 2009)
H6	<i>Trust</i> (T) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap <i>Perceived Usefulness</i> (PU).	(Sadiyoko, et.al., 2009)
Hipotesis 7		
H0	<i>Trust</i> (T) tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap <i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU).	(Sadiyoko, et.al., 2009)
H7	<i>Trust</i> (T) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap <i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU).	(Sadiyoko, et.al., 2009)
Hipotesis 8		

H0	<i>Trust</i> (TRT) tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap <i>Perceived of Risk</i> (PRT)	(Sadiyoko, et.al., 2009)
H8	<i>Trust</i> (TRT) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap <i>Perceived of Risk</i> (PRT)	(Sadiyoko, et.al., 2009)
No	Deskripsi	Sumber
Hipotesis 9		
H0	<i>Satisfaction with Past Transaction</i> (SAT) tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap <i>Trust</i> (T).	(Sadiyoko, et.al., 2009)
H8	<i>Satisfaction with Past Transaction</i> (SAT) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap <i>Trust</i> (T).	(Sadiyoko, et.al., 2009)

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan 2 jenis data yang akan digunakan untuk membantu dalam menyelesaikan penelitian ini, yaitu:

1. Data primer

Data tersebut didapatkan dengan cara menyebarkan kuesioner *online* dengan menggunakan *Google Form* terhadap masyarakat telah melakukan transaksi di Tokopedia minimal satu kali

2. Data sekunder

Data sekunder akan didapatkan dengan melakukan studi pustaka dengan berdasarkan jurnal-jurnal pendukung pada penelitian ini..

3.4 Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini memiliki total 6 variabel laten, setiap variabel laten memiliki 3 variabel teramati seluruh variabel didapatkan dari jurnal-jurnal

pendukung yang telah dipelajari. Variabel dari penelitian ini dapat dilihat pada

Tabel 3.2:

Tabel 3.2 Variabel Penelitian

Variabel Laten	Variabel Indikator / Teramati (Soal Kuesioner)		Sumber
<i>Intention to transact</i>	ITT1	Saya akan mempertimbangkan bertransaksi online lagi di Tokopedia	(Pavlou, 2012) & (Dachyar & Banjarnahor, 2017)
	ITT2	Di masa yang akan datang, Tokopedia akan menjadi pilihan belanja online saya	
	ITT3	Saya akan mempertimbangkan untuk merekomendasikan Tokopedia ke kerabat atau keluarga saya	
<i>Trust</i>	TRT1	Tokopedia menjalankan komitmennya dengan baik dalam memberikan layanannya	(Pavlou, 2012) & (Dachyar & Banjarnahor, 2017)
	TRT2	Informasi yang ada pada Tokopedia jelas dan lengkap	
	TRT3	Tokopedia menjaga data privasi saya	
<i>Perceived Risk</i>	PRS1	Saya khawatir dengan keamanan uang saya ketika melakukan transaksi dengan Tokopedia.	(Pavlou, 2012)& (Dachyar & Banjarnahor, 2017)
	PRS2	Dalam pertimbangan menggunakan Tokopedia , saya khawatir transaksi tidak berjalan dengan semestinya.	
	PRS3	Saya khawatir akan keamanan privasi saya ketika menggunakan aplikasi / website Tokopedia.	
<i>Perceived Usefulness</i>	PU1	Saya merasa mudah dalam bertransaksi online di Tokopedia	(Pavlou, 2012) & (Dachyar & Banjarnahor, 2017)
	PU2	Bertransaksi online di Tokopedia tidak memerlukan waktu yang lama	
	PU3	Tokopedia membuat saya lebih terampil dalam mencari dan membeli barang	

Variabel Laten		Variabel Indikator / Teramati (Soal Kuesioner)	Sumber
<i>Perceived Ease of Use</i>	PEOU1	Saya mudah memperoleh informasi tentang produk yang diinginkan / dicari di Tokopedia	(Pavlou, 2012) & (Dachyar & Banjarnahor, 2017)
	PEOU2	Saya mampu dengan mudah memahami prosedur transaksi online pada Tokopedia	
	PEOU3	Saya merasa mudah dalam mengakses situs dan aplikasi Tokopedia	
<i>Satisfaction with past Transact</i>	SAT1	Secara keseluruhan saya puas dengan transaksi saya lakukan sebelumnya di Tokopedia	(Pavlou, 2012)
	SAT2	Layanan yang diberikan oleh Tokopedia sesuai dengan ekspektasi saya	
	SAT3	Saya puas dengan produk yang dijual di Tokopedia	
	AU2	Saya sering mengakses website / aplikasi tokopedia dalam kurun waktu 1 minggu	
	AU3	Saya mengakses website /aplikasi tokopedia minimal rata-rata 5 menit setiap kali mengunjunginya.	

Berikut adalah pengertian dari ke-7 variabel laten pada penelitian ini:

1. *Intention to transact*

Variabel ini didefinisikan sebagai keinginan dari konsumen untuk menggunakan *web retailer* sebagai layanan *e-commerce* dalam bertransaksi bisnis (Sadiyoko, et.al., 2009).

2. *Trust*

Variabel ini mengukur kepercayaan antara pembeli kepada penjual.

Variabel ini diperlukan karena transaksi di Internet tidak memerlukan proses tatap muka secara langsung, menurut

(Pramesti, 2013) Peran trust dalam konteks e-commerce lebih penting dibandingkan dengan transaksi perdagangan konvensional karena meningkatnya ketidakpastian informasi.

3. *Perceived Risk*

Variabel ini menunjukkan resiko transaksi pembelian yang akan dilakukan oleh pengguna Tokopedia. Biasanya konsumen mencari rekomendasi dari pembeli sebelumnya untuk mengurangi keraguan tersebut (Chandra G. C., 2015).

4. *Perceived Usefulness*

Menurut (Sadiyoko, et.al., 2009) Variabel ini menunjukkan keyakinan seseorang apakah penggunaan teknologi ini akan meningkatkan performansi kerjanya

5. *Perceived Ease of Use*

Variabel ini menunjukkan tingkat kemudahan pengguna dalam menggunakan layanan *e-commerce* (Pramesti, 2013)

6. *Satisfaction with past transaction*

Variabel ini digunakan untuk memperlihatkan faktor pengalaman bertransaksi pengguna Tokopedia. Menurut penelitian dari (Sadiyoko, et.al., 2009) faktor pengalaman bertransaksi berpengaruh pada variabel *trust* terhadap suatu *website*.

3.5 Metode Penelitian

Dari berbagai macam metode analisis yang ada, penelitian ini menggunakan metode SEM. Berikut adalah perbandingan metode SEM dengan PLS pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3 Perbandingan SEM dan PLS

Sumber: (Haryono, 2014)

Kriteria	PLS	SEM
Tujuan Penelitian	Untuk mengembangkan teori atau membangun teori (orientasi prediksi)	Untuk Menguji teori atau mengkonfirmasi teori (orientasi parameter)
Pendekatan	Berdasarkan <i>variance</i>	Berdasarkan <i>covariance</i>
Metode Estimasi	<i>Least Square</i>	<i>Maximum Likelihood</i>
Evaluasi Model dan Asumsi Normalitas Data	Tidak mensyaratkan data terdistribusi normal dan estimasi para meter dapat langsung dilakukan tanpa persyaratan <i>goodness of fit</i>	Mensyaratkan data terdistribusikan normal dan memenuhi kriteria <i>goodness of fit</i> sebelum estimasi parameter
Ukuran Sampel	Sampel minimal 30-50 atau sampel besar di atas 200	Sampel minimal direkomendasikan 100 – 200
Modifikasi Model	Tidak memerlukan modifikasi indeks, korelasi antar indikator	Jika model tidak fit, dapat dilakukan modifikasi

Dasar dari pemilihan menggunakan metode SEM pada penelitian ini adalah tujuan dari penelitian ini adalah menguji dan mengkonfirmasi teori yang telah dibentuk sebelumnya, dan juga jumlah sampel yang direkomendasikan pada SEM sesuai dengan penelitian ini.

3.5.1 Pengumpulan Data

Data yang akan di analisis pada penelitian ini dikumpulkan dengan cara penyebaran kuesioner secara *online* melalui platform *Google Form*.

Kriteria responden kuesioner penelitian ini adalah pengguna Tokopedia yang telah melakukan transaksi pembelian di Tokopedia minimal satu kali. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan *simple random sampling*.

Penelitian ini memiliki 21 indikator atau variabel teramati. Jadi jumlah sampel yang diperlukan pada penelitian ini minimal sebanyak $21 * 5 = 105$ responden (Septiana & Nuzuli, 2017). Jumlah responden akan lebih dari minimal demi mengantisipasi adanya kerusakan pada sampel. Variabel teramati pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.2.

Skala pengukuran Likert digunakan untuk mengukur jawaban dari responden terhadap kuesioner penelitian yang disebarluaskan. Skala Likert bertujuan untuk mengukur tingkat persepsi dari responden mengenai Tokopedia. Skala berinteraksi di angka 1 – 5. Pilihan jawaban dalam kuesioner adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4 Skala Likert

Sumber : (Septiana & Nuzuli, 2017).

Skala	Definisi	Bobot
1	Sangat kurang	1
2	Kurang	2
3	Biasa Saja	3
4	Baik	4
5	Sangat Baik	5

3.5.2 Analisis *Structural Equation Modelling*

Setelah data kuesioner sudah terkumpul, selanjutnya data akan diolah dengan menggunakan analisis *Structural Equation Modelling*. Tahapan pertama dalam mengolah data adalah data tersebut perlu disiapkan terlebih dahulu dengan menggunakan *software microsoft excel*.

Software untuk menganalisis data yang telah disiapkan sebelumnya pada metode SEM terdiri dari berbagai macam, yaitu, LISREL, AMOS, dan SMART PLS. berikut adalah perbandingan antara ke-3 *software* akan dijelaskan pada Tabel 3.5:

Tabel 3.5 Perbandingan LISREL, AMOS, dan SMART PLS

LISREL	AMOS	SMART PLS
Dapat mengidentifikasi hubungan antara variabel yang kompleks	Jika model kompleks, maka akan memerlukan waktu yang lama untuk membuatnya	<i>Software</i> ini disarankan terjadi keterbatasan sampel
LISREL	AMOS	SMART PLS
Tersedia berbagai macam metode estimasi	-	-
Dapat mengolah data dengan jumlah banyak	-	-

Pemilihan menggunakan *software* LISREL sebagai *software* yang digunakan untuk mengeolah data SEM karena LISREL memiliki fleksibilitas pemakaian yang tinggi dan dapat menggunakan *syntax* untuk mengolah data dengan jumlah yang banyak.

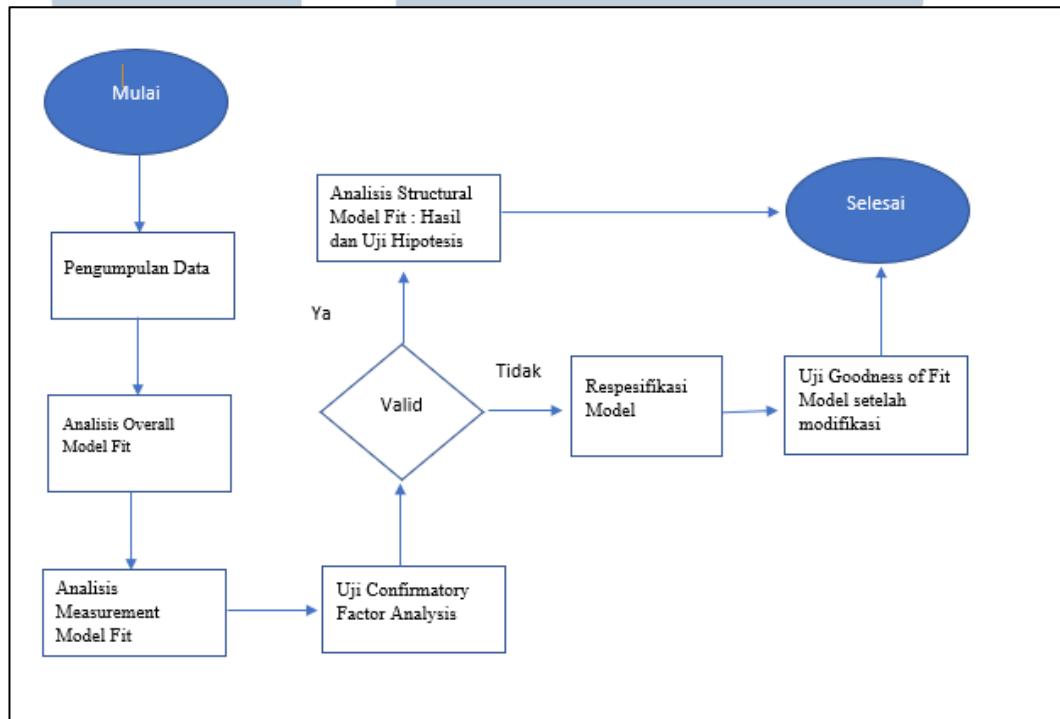
Menurut (Setara & Nusantara, 2013) yang dikutip dari (Wijanto, 2008), tahapan dalam proses analisis SEM terdiri dari 4 bagian , berikut adalah tahapannya :

1. *Data Preparation*, tahap ini adalah tahap dimana hasil dari kuesioner dipindahkan ke dalam *software microsoft excell* untuk disiapkan. Jika data disimpan ke dalam *microsoft excell* maka akan di lakukan proses *import* ke dalam *software LISREL*.
2. *Goodness of fit*, pada tahap selanjutnya analisa dilakukan pada LISREL, dimana terdapat sebuah standarisasi yang bernama “*good fit*” jika data tersebut cocok dengan model, syarat-syarat kecocokan dapat dilihat pada tabel 2.1. Syarat untuk lolos dari tahapan ini adalah “*good fit*” harus lebih banyak daripada “*poor fit*”.
3. *Measurement model offit*, jika kecocokan data dan model adalah baik. Maka langkah selanjutnya dilakukan analisis hubungan antar variabel laten dengan variabel indikatornya. Dalam proses ini, termasuk menguji apakah tiap variabel indikaor benar-benar mampu mengukur variabel latennya secara terpisah melalui *validitas* dan *reliabilitas*.
4. *Structural model fit*, pada tahap ini bertujuan untuk melihat hasil hipotesis yang diteliti dan ditentukan oleh variabel laten dan variabel indikator. Pembuatan *path diagram* akan dilakukan untuk memvisualisasikan melihat hubungan antar variabel laten pada penelitian. *Path diagram* akan dibuat pada *software LISREL*. Pembuatan *path diagram* juga akan membantu

peneliti dalam melihat hubungan antar variabel laten yang ada dan pengujian hipotesis.

3.6 Kerangka Berpikir

Tahapan penggeraan pada penelitian ini akan dibentuk dengan menggunakan kerangka. Kerangka berpikir yang dibuat dapat dilihat pada Gambar 3.3.



Gambar 3.3 Flowchart Kerangka Berpikir

Yang dilakukan pertama kali adalah pengumpulan data dengan cara menyebarluaskan kuesioner *online* kepada responden yang telah melakukan transaksi pembelian minimal satu kali di Tokopedia. Setelah data telah didapatkan maka data tersebut di *import* ke dalam *software* Lisrel untuk diolah lebih lanjut.

Di dalam Lisrel, nantinya data akan dilakukan tahapan penggeraan sebagai berikut, yaitu *goodness of fit*, *measurement model of fit*, dan *structural model fit*. Apabila pada saat tahap uji *goodness of fit* dan *measurement model of fit* terdapat data yang tidak sesuai dengan syarat yang ditentukan, maka data akan dilakukan respesifikasi. Pada tahapan terakhir yaitu melakukan uji hipotesis apakah saling berhubungan antar variabel atau tidak, uji hipotesis dibantu dengan pembuatan *path diagram*, yang berguna juga untuk melihat hubungan antar variabel laten yang ada dan melakukan perbandingan hasil penelitian dengan penelitian sebelumnya.

