

BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan di uraikan metode penelitian yang digunakan dalam analisis Faktor-Faktor *Consumer behavior* Terhadap *E-Commerce* Selama *COVID-19* dengan menggunakan Statistik Deskriptif diantaranya adalah sebagai berikut:

3.1 Objek Penelitian

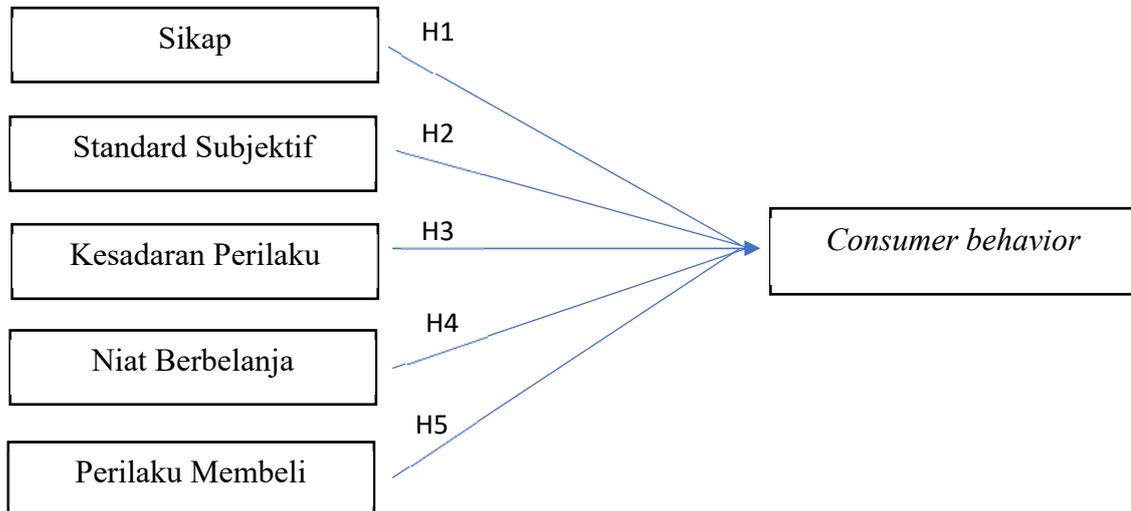
Objek penelitian analisis Statistik Deskriptif adalah pengguna *e-Commerce* yang berbasis *marketplace* yang digunakan oleh *user* yang terkena dampak *COVID-19* terbesar, yaitu *user* yang tinggal di DKI Jakarta. Data yang akan diperoleh adalah *user* yang terkena dampak *COVID-19* dari Januari 2020 sampai dengan Desember 2020.

3.2 Metode Penelitian

Pengumpulan data akan dilakukan dengan cara menyebarkan kuisisioner *online*. Cara menyebarkan kuisisioner *online* adalah dengan menyebarkannya di aplikasi *instant messaging* (IM) seperti *Line*, *Whats App*, *Facebook Messenger*, dan *Instagram* dengan cara memposting di timeline, *blast* di semua grup, dan meminta teman yang berdomisili di DKI Jakarta untuk membantu menyebarkannya. Data yang diperlukan adalah 150 data yang telah di isi oleh *user* tersebut.

3.2.1 Model Penelitian

Berikut adalah model penelitian yang digunakan pada penelitian ini



Gambar 3. 1 Model Awal Penelitian

Sumber : (Alam, 2020)

3.2.2 Hipotesis Penelitian

Hipotesa penelitian dibangun berdasarkan model penelitian terdahulu. Pada penelitian ini terdapat 5 hipotesis diantaranya yaitu :

Tabel 3. 1 Hipotesis Penelitian

Hipotesis	Hubungan Hipotesis	Sumber
H1	Sikap akan mempengaruhi <i>Consumer behavior</i>	(Nguyen Thu Ha, 2020)
H2	Standard Subjektif akan mempengaruhi <i>Consumer behavior</i>	(Nguyen Thu Ha, 2020)
H3	Kesadaran Perilaku akan mempengaruhi <i>Consumer behavior</i>	(Nguyen Thu Ha, 2020)

H4	Niat Berbelanja akan mempengaruhi <i>Consumer behavior</i>	(Nguyen Thu Ha, 2020)
H5	Perilaku Membeli akan mempengaruhi <i>Consumer behavior</i>	(Nguyen Thu Ha, 2020)

3.2.3 Penetapan Alternatif Jawaban

Pada penelitian ini, kuisisioner yang digunakan akan menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* merupakan salah satu skala pengukuran yang berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Skala *Likert* memiliki banyak jenis, sebagaimana salah satunya yaitu skala *Likert* 5 poin (Sugiyono, 2014). Kelima poin skala *Likert* tersebut akan merepresentasikan nilai :

- Sangat tidak setuju yang direpresentasikan dengan nilai 1.
- Tidak setuju yang direpresentasikan dengan nilai 2.
- Netral yang direpresentasikan dengan nilai 3.
- Setuju yang direpresentasikan dengan nilai 4.
- Sangat setuju yang direpresentasikan dengan nilai 5.

3.3 Penyusunan Indikator Kuisisioner Penelitian

Susunan kuisisioner berisi atas konstruk yang memiliki indikator pengukuran untuk pertanyaan dari tiap variabel. Berikut adalah mengelompokkan indikator tiap konstruk dalam bentuk tabel 3.1 agar mudah dipahami. Indikator tersebut dikutip dari (Nguyen Thu Ha, 2020).

Tabel 3.2 Indikator tiap Konstruk

No	Konstruk	Indikator	Sumber
1	Sikap	<ul style="list-style-type: none"> a. Harga yang lebih rendah b. Banyaknya kurir c. Memberikan kemudahan dalam pencarian barang d. Dapat melakukan penukaran barang e. Aktifitas jadi lebih aman 	(Nguyen Thu Ha, 2020)
2	Standard Subjektif	<ul style="list-style-type: none"> a. Lebih aktif dalam <i>Marketplace</i> b. Harus belanja <i>online</i> c. Pengaruh orang sekitar d. Berdasarkan anjuran pemerintah e. Pesan moral disosial media f. Tekanan sosial atau penyakit 	(Nguyen Thu Ha, 2020)
3	Kesadaran Perilaku	<ul style="list-style-type: none"> a. Mengurangi terinfeksi b. Mengurangi kerumunan c. Pembatasan Skala Sosial 	(Nguyen Thu Ha, 2020)

		d. Merasa nyaman belanja <i>online</i>	
4	Niat Berbelanja	a. Barang sangat diperlukan b. Rencana belanja <i>online</i> c. Membeli secara <i>online</i> d. Membeli dimasa yang akan datang e. Memberi saran belanja <i>online</i>	(Nguyen Thu Ha, 2020)
5	Perilaku Membeli	a. Selalu berbelanja <i>online</i> b. Priotitaskan belanja <i>online</i> c. Belanja <i>online</i> secara teratur d. Membeli barang lebih banyak di waktu yang akan datang	(Nguyen Thu Ha, 2020)

3.3.1 Penyusunan Butir Kuisisioner Penelitian

Butir-butir kuesioner yang digunakan pada penelitian ini adalah adaptasi kuesioner penelitian terdahulu guna memperoleh validitas item – item penyusun konstruk penelitian. Objek dari kuesioner terdahulu telah di sesuaikan dengan

objek *Consumer behavior* serta telah mengalami adaptasi ke bahasa Indonesia.

3.3.1.1 Butir Kuisisioner Sikap (Nguyen Thu Ha, 2020)

Tabel 3.3 Butir Pertanyaan Sikap

No	Pertanyaan	Variable
1	Saya melakukan penghematan karena <i>marketplace</i> yang saya gunakan menawarkan produk dengan harga yang lebih rendah selama COVID-19?	TD1
2	Saya merasakan nyaman ketika situs <i>marketplace</i> saya menyediakan banyak kurir dalam pengiriman, seperti instant kurir (Grab/Gojek), kurir(<i>JNE,J&T,TIKI,dll</i>)?	TD2
3	Saya merasakan kemudahan ketika saya menemukan barang yang saya cari karena banyak toko yang menyediakan selama pandemi?	TD3
4	<i>Marketplace</i> yang saya gunakan dapat dipercaya untuk mengembalikan / melakukan penukaran barang?	TD4
5	Saya merasakan tingkat aman saya bertambah karena saya membatasi untuk bertemu dengan orang-orang selama pandemi?	TD5

3.3.1.2 Butir Kuisisioner Standard Subjektif (Nguyen Thu Ha, 2020)

Tabel 3.4 Butir Pertanyaan Standard Subjektif

No	Pertanyaan	Variable
1	Karena parahnya pandemi Covid-19, saya lebih aktif menggunakan <i>marketplace</i> ?	CM1
2	Dengan kondisi pandemi ini, saya diharuskan berbelanja <i>online</i> ?	CM2
3	Saya melakukan belanja <i>online</i> karena pengaruh orang sekitar seperti keluarga, teman, dan kerabat?	CM3
4	Dengan anjuran pemerintah untuk tetap di rumah, maka saya memilih untuk berbelanja <i>online</i> ?	CM4
5	Karena mendapatkan pesan dari sosial media, seperti #dirumahaja #stayathome. saya memilih untuk berbelanja <i>online</i> ?	CM5
	Saya menggunakan belanja <i>online</i> karena saya merasa perlu, bukan dari tekanan sosial atau penyakit?	CM6

3.3.1.3 Butir Kuisisioner Kesadaran Perilaku (Nguyen Thu Ha, 2020)

Tabel 3.5 Butir Pertanyaan Kesadaran Perilaku

No	Pertanyaan	Variable
1	Cara efektif yang saya gunakan untuk membantu mengurangi risiko terinfeksi dari virus adalah berbelanja <i>online</i> ?	NT1

2	Berbelanja <i>online</i> adalah cara yang paling cocok untuk mengurangi kerumunan atau kunjungan ke supermarket?	NT2
3	Ketika PSBB, <i>marketplace</i> yang saya gunakan merespon dengan cepat apa yang saya butuhkan/perlukan?	NT3
4	Saya merasakan nyaman berbelanja <i>online</i> selama pandemi Covid-19?	NT4

3.3.1.4 Butir Kuisisioner Niat Belanja (Nguyen Thu Ha, 2020)

Tabel 3.6 Butir Pertanyaan Niat Belanja

No	Pertanyaan	Variable
1	Saya berniat untuk berbelanja <i>online</i> hanya jika diperlukan?	YD1
2	Saya berencana untuk berbelanja <i>online</i> selama pandemi Covid-19?	YD2
3	Saya berencana untuk membeli secara <i>online</i> selama pandemi Covid-19?	YD3
4	Saya akan terus membeli secara <i>online</i> untuk masa yang akan datang walaupun tidak pada masa pandemi?	YD4
5	Saya akan menyarankan teman dan keluarga untuk berbelanja <i>online</i> ?	YD5

3.3.1.5 Butir Kuisiioner Perilaku Membeli (Nguyen Thu Ha, 2020)

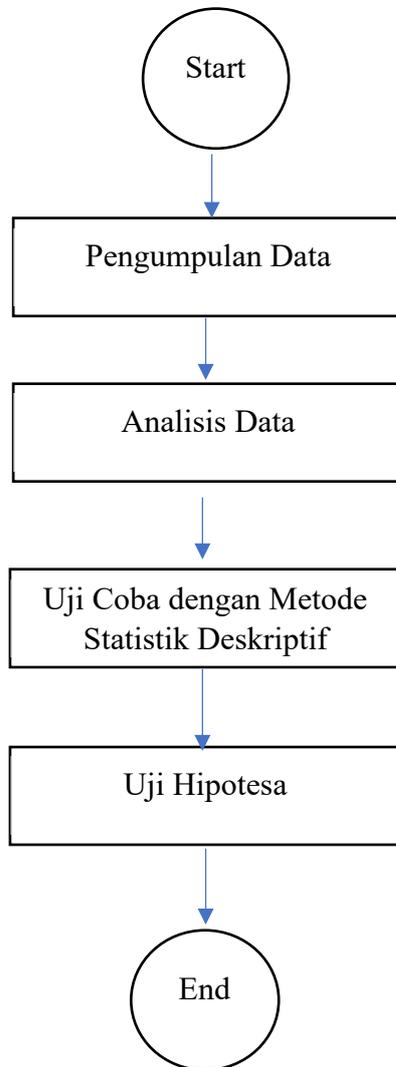
Tabel 3.7 Butir Pertanyaan Perilaku Membeli

No	Pertanyaan	Variable
1	Saya selalu menggunakan atau berbelanja <i>online</i> ?	HV1
2	Saya memprioritaskan berbelanja <i>online</i> daripada berbelanja keluar rumah?	HV2
3	Saya akan terus berbelanja <i>online</i> secara teratur?	HV3
4	Saya berencana untuk membeli barang yang lebih banyak secara <i>online</i> dimasa yang akan mendatang walaupun setelah pandemi usai?	HV4

3.4 Alat Penelitian

Penelitian ini menggunakan *tools* SPSS (*Statistical Program and Service Solution*) untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *user stickiness*. Peneliti menggunakan SPSS karena SPSS memiliki *user interface* yang *user friendly* dan mudah digunakan untuk kalangan pengguna awam.

3.5 Kerangka Pikir Penelitian



Gambar 3. 2 Kerangka Pikir Penelitian

Gambar 3.2 merupakan proses kerangka pikir yang akan digunakan pada penelitian ini. Terdapat 4 tahapan pengerjaan dalam penelitian ini yaitu :

1. Pertama hal yang dilakukan adalah pengumpulan sesuai dengan kebutuhan dari model penelitian. Data akan didapat dari kuesioner akan disebarakan secara *online*. Jumlah data yang akan dikumpulkan yaitu kurang lebih sebanyak 250 data.

2. Tahap kedua dilakukan setelah proses pengumpulan data telah memenuhi kuota yang dibutuhkan. Pada tahapan ini, akan dilakukan *data cleansing* untuk data-data yang tidak memenuhi kriteria penelitian. Selain itu, akan dilakukan juga penjabaran mengenai data-data yang telah diperoleh. Setelah dilakukan *data cleansing*, akan dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas untuk mengetahui data dianggap valid atau tidak.
3. Tahap ketiga pengolahan data dengan metode *descriptive analysis* pada *software* IBM SPSS untuk mengolah data yang sudah dipersiapkan sebelumnya.
4. Tahap keempat dilakukan setelah hasil pengolahan data selesai diolah pada tahap ketiga, dan hasilnya akan diuji dengan hipotesa penelitian untuk mengetahui apakah hipotesa penelitian diterima atau ditolak.