

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### BAB III

## METODE PENELITIAN

### A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik korelasional. Penelitian dengan teknik korelasional merupakan penelitian menyelidiki sejauhmana variasi pada suatu variabel berkaitan dengan variasi pada suatu variabel lainnya berdasarkan koefisien korelasi (Azwar, 2010). Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui hubungan antara kepercayaan terhadap toko *online* dimedia sosial dengan keputusan membeli produk *online* pada mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Suska Riau.

### B. Identifikasi Variabel Penelitian

Vriabel yang akan di teliti dalam penelitian ini adalah:

Variabel dependen (X) : Kepercayaan Terhadap Toko *Online* di Media Sosial

Variabel independen (Y): Keputusan Membeli Produk *Online*

### C. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini, definisi operasional dari variabel yang diteliti adalah sebagai berikut:

1. Kepercayaan terhadap toko *online*

Kepercayaan terhadap toko *online* dalam penelitian ini diartikan sebagai kesedian mahasiswa untuk menerima resiko dalam bertransaksi dengan toko

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

*online*, dengan harapan bahwa toko *online* tersebut akan memenuhi janji. Dimensi kepercayaan konsumen dalam penelitian ini menggunakan teori yang disusun oleh McKnight dkk (2002), yaitu: 1). *Trusting believe*, ada tiga elemen yang dapat membangun *trusting believe* adalah niat baik (*benevolence*). Integritas (*integrity*), kompetensi (*competence*). 2). *Trusting Intention*, ada dua elemen yang membangun *trusting intention* yaitu *willingness to depend* dan *subjective probability of depending* (McKnight dkk, 2002). Kepercayaan terhadap toko *online* diukur dengan skala kepercayaan terhadap toko *online* yang dimodifikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Hardiyanti (2012).

## 2. Keputusan Membeli Produk *Online*

Keputusan membeli produk *online* dalam penelitian ini diartikan sebagai aktivitas mahasiswa terhadap pemilihan produk yang dipasarkan secara *online* melalui media sosial. Indikator keputusan membeli dalam penelitian ini disusun berdasarkan penelitian Kim, Ferrin, dan Rao (2003) yaitu membeli atau tidak membeli. Keputusan pembelian konsumen diukur dengan menggunakan skala keputusan pembelian yang diterjemah dari penelitian yang dilakukan oleh Wang, Chen, dan Jiang (2009) dan Masoud (2013).

## D. Subjek Penelitian

### 1. Populasi Penelitian

Populasi didefinisikan sebagai kelompok subjek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian (Azwar, 2010). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Sample Penelitian

Sample adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti (Azwar, 2010). Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Suska Riau yang pernah melakukan pembelian *online* dimedia sosial.

## 3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam suatu penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Karakteristik sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas Psikologi UIN Suska Riau yang pernah membeli produk secara *online* melalui media sosial.

Jumlah sample dalam penelitian ini adalah sebanyak 72 responden. Karena teknik pengambilan sampel ini berkerakteristik jadi hanya mahasiswa yang pernah melakukan pembelian online dimedia sosial saja yang menjadi subjek dalam penelitian ini. Penelitian dilakukan pada waktu liburan semester semester sehingga hanya mahasiswa yang ke kampus yang memiliki kepentingan saja yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

## E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian mempunyai tujuan mengungkapkan fakta mengenai variabel yang diteliti, tujuan untuk mengetahui haruslah dicapai dengan menggunakan metode atau cara yang efisien dan akurat

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(Azwar, 2012). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan skala yang terdiri dari skala keputusan pembelian produk *online*, dan skala kepercayaan terhadap toko *online* dimedia sosial.

### 1. Alat Ukur Penelitian

a. Skala kepercayaan terhadap toko *online*

Skala kepercayaan terhadap toko *online* dimedia sosial disusun berdasarkan teori McKnight (2002) dengan menggunakan metode skala Likert dan dimodifikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Hardiyanti (2012). Pemberian skor menggunakan metode rating yang dijumlahkan atau dikenal dengan metode Likert (Azwar, 2004). Skala ini terdiri dari *favorable* dan *unfavorable* yang memiliki 4 alternatif jawaban. Pernyataan *favorable* diberikan skor sebagai berikut : Sangat Tidak Setuju (STS) = 1, Tidak Setuju (TS)= 2, Setuju (S)=3, Sangat Setuju (SS)=4. Kemudian pernyataan *unfavorable* diberikan skor sebagai berikut : Sangat Tidak Sesuai (STS)=4, Tidak Setuju (TS)=3, Setuju (S)=2, Sangat Setuju (SS)=1.

**Tabel 3.1**  
**Blueprint skala kepercayaan (Untuk Try Out)**

No	Dimensi	Indikator	Aitem		Jumlah
			F	Uf	
1	<i>Trusting belief</i>	<i>Benevolence (niat baik)</i>	1,2	3,4,5	5
		<i>Integrity (integritas)</i>	6,7,8,9	10,11,12	7
		<i>Competence (kompetensi)</i>	13,14,15	16,17,18	6
2	<i>Trusting intension</i>	<i>Willingness to depend</i>	19,20,21	22,23,24	6
		<i>Subjective probability of depending</i>	25,26,27	28,29,30	6
<b>Jumlah</b>			<b>15</b>	<b>15</b>	<b>30</b>



#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Uji coba (*try out*) dilakukan terhadap mahasiswa fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri SUSKA Riau dengan sampel yang memiliki karakteristik yang sama yaitu mahasiswa yang pernah berbelanja produk *online* dimedia sosial. Uji coba tersebut dilakukan untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitas alat ukur. Setelah melakukan uji coba selanjutnya di skor dan di olah dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS *for windows* versi 23.0.

#### a. Uji Validitas Butir Aitem

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauhmana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu alat ukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud yang dilakukannya pengukuran tersebut (Azwar, 2009).

Uji validitas alat ukur dalam penelitian ini menggunakan *cronbach's alpha*. Teknik *cronbach's alpha* dilakukan dengan bantuan SPSS *for windows* versi 23.0. Kriteria pemilihan aitem berdasarkan korelasi aitem-total, maka dipergunakan batasan koefisien korelasi aitem-total sama atau lebih dari 0,30. Koefisien yang berkisar antara 0,30 sampai 0,50 dianggap memberi kontribusi yang baik (Cronbach, dalam Azwar, 2009), artinya daya beda setiap aitem memiliki nilai yang tinggi. Namun apabila jumlah aitem tidak mencukupi sebagai jumlah yang diinginkan, maka batas kriteria bisa diturunkan menjadi 0,25 (Azwar, 2010). Penelitian ini menggunakan koefisien minimal 0,25 sebagai penentu daya diskriminasi aitem.

Pengujian validitas aitem kepercayaan menggunakan *cronbach'a alpha*.

Berdasarkan penghitungan komputerisasi pada variabel kepercayaan dari 30 aitem yang diuji cobakan terdapat 19 aitem yang valid dan 12 aitem yang gugur. Nilai korelasi aitem total untuk kepercayaan berkisar antara 0,264-0,658. Berikut ini rincian aitem valid dan aitem gugur untuk skala kepercayaan.

**Tabel 3.4**  
**Blue print skala kepercayaan (setelah uji coba)**

No	Dimensi	Indikator	Valid		Gugur	
			F	Uf	F	Uf
1	Trusting belief	Benevolence (niat baik)	1,2	3,5	-	4
		Integrity (integritas)	6,7,8,9	10,11,12	-	-
		Competence (kompetensi)	15	16,17,18	13,14	-
2	Trusting intension	Willingness to depend	19	24	20,21	22,23
		Subjective probability of depending	25	28	26,27	29,30
<b>Jumlah</b>			<b>19</b>		<b>11</b>	

Berdasarkan aitem yang valid dan membuang yang gugur, maka disusun *blue print* skala kepercayaan terhadap toko *online* yang baru untuk penelitian yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel 3.4**  
**Blue print skala kepercayaan (untuk penelitian)**

No	Dimensi	Indikator	Aitem		Jumlah
			F	Uf	
1	<i>Trusting belief</i>	<i>Benevolence (niat baik)</i>	1,2	3,4	4
		<i>Integrity (integritas)</i>	5,6,7,8	9,10,11	7
		<i>Competence (kompetensi)</i>	12	13,14,15	4
2	<i>Trusting intension</i>	<i>Willingness to depend</i>	16	17	2
		<i>Subjective probability of depending</i>	18	19	2
<b>Jumlah</b>			<b>9</b>	<b>10</b>	<b>19</b>

Pengujian validitas aitem keputusan membeli produk *online* menggunakan korelasi *cronbach's alpha*. Berdasarkan perhitungan komputersasi pada variable keputusan membeli produk *online* dari 10 aitem yang di uji cobakan terdapat terdapat 8 aitem yang valid dan 2 aitem yang gugur. Nilai korelai total untuk keputusan membeli produk *online* berkisar antara 0,306-0,587. Berikut rincian aitem valid dan aitem gugur pada skala keputusan membeli produk *online*.

**Table 3.5**  
**Blue print Skala keputusan membeli produk online (setelah uji coba)**

No	Indikator	Valid	Gugur
1	Membeli/tidak membeli	1,3,4,6,7,8,9,10	2,5
<b>Jumlah</b>		<b>8</b>	<b>2</b>

Berdasarkan aitem yang valid dan membuang yang gugur maka disusun *blue print* keputusan membeli produk *online* yang baru untuk penelitian, dan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Table 3.6**  
**Blue print Skala keputusan membeli produk *online* (untuk penelitian)**

No	Indikator	Aitem	Jumlah
1	Membeli/tidak membeli	1,2,3,4,5,6,7,8	8
	<b>Jumlah</b>		<b>8</b>

b. Uji Reliabilitas

Menurut Azwar (2010), reliabilitas adalah konsistensi atau keterpercayaan hasil ukur, yang mengandung makna kecermatan pengukuran. Dalam aplikasinya, reliabilitas dinyatakan oleh koefisien reliabilitas yang angkanya berada dalam rentang dari 0 sampai dengan 1,00. Maka semakin koefisien reliabilitas mendekati angka 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitasnya. Sebaliknya koefisien reliabilitas yang rendah adalah koefisien yang mendekati angka 0.

Untuk pengujian reliabilitas menggunakan formula alfa cronbach, dengan menggunakan bantuan SPSS for windows versi 23.0. Pengujian reliabilitas skala kepercayaan dan keputusan membeli menggunakan *Cronbach's alpha*. Hasil koefisien *cronbach's alpha* kepercayaan adalah 0,811 sedangkan hasil uji koefisien *cronbach's alpha* keputusan membeli produk *online* adalah 0,739.

## F Teknik Analisis Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu korelasi *Pearson Product Moment* yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kepercayaan terhadap toko *online* dengan keputusan membeli produk *online* dimedia sosial. Aplikasi pengolahan data menggunakan bantuan komputer yaitu SPSS 23,0 *for windows*.