

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Waktu dan Tempat Penelitian**

##### **3.1.1 Tempat Penelitian**

Penelitian dilaksanakan di DKI Jakarta dengan target responden yaitu konsumen yang pernah membeli produk di *e-commerce* Tokopedia dalam waktu 6 (enam) bulan terakhir. Penelitian ini dilaksanakan secara daring melalui *Google Form* yang disebar karena kondisi dan keadaan yang sedang tidak memungkinkan peneliti untuk melakukan penelitian secara langsung di lapangan.

##### **3.1.2 Waktu Penelitian**

Penelitian dilaksanakan selama 6 (enam) bulan mulai dari bulan Januari 2021 sampai bulan Juni 2021. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melakukan penelitian karena pengunjung Tokopedia pada kuartal kedua tahun 2020 mengalami penurunan. Selain itu, waktu penelitian tersebut juga sesuai dengan jadwal dan peraturan yang telah ditetapkan dalam melakukan penelitian.

#### **3.2 Desain Penelitian**

##### **3.2.1 Metode**

Menurut Sugiyono (2017), metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Dalam metode survei, responden akan diberikan pertanyaan mengenai

keyakinan dan perilakunya. Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa metode survei merupakan metode penelitian kuantitatif yang dipakai untuk memperoleh data masa lalu atau sekarang tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, dan hubungan variabel serta memeriksa berbagai hipotesis mengenai variabel. Peneliti menggunakan metode ini karena peneliti akan menguji teori-teori objektif dengan memeriksa hubungan antar variabel.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi dalam penelitian merupakan wilayah yang ingin diteliti oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2017, p. 80), populasi adalah suatu wilayah umum yang terdiri dari objek atau subjek dengan sifat dan karakteristik tertentu, peneliti menentukan wilayah yang akan diteliti dan kemudian membuat kesimpulan. Pendapat tersebut menjadi referensi bagi peneliti untuk menentukan populasi. Populasi yang akan dipakai dalam penelitian ini yaitu masyarakat DKI Jakarta yang menggunakan aplikasi belanja *online* Tokopedia.

#### **3.3.2 Sampel**

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti oleh peneliti. Menurut Gulo (2010, p. 78), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam teknik pengambilan sampel ini peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa *purposive sampling*

adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel yang akan dipilih oleh peneliti ialah masyarakat DKI Jakarta yang pernah membeli produk di Tokopedia serta sampel yang akan diteliti adalah sebanyak 250 responden yang pernah membeli suatu produk di aplikasi tersebut dalam kurun waktu 6 (enam) bulan terakhir.

### 3.4 Pengembangan Hipotesis

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga variabel yaitu minat beli ulang (Y), kepuasan (X1), dan manfaat yang dirasakan (X2). Instrumen yang akan digunakan untuk mengukur ketiga variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

#### 3.4.1 Minat Beli Ulang

Variabel terikat (Y) yang digunakan dalam penelitian ini adalah minat beli ulang. Minat beli ulang merupakan sebuah tindakan yang dilakukan konsumen saat mereka merasa puas dengan barang atau jasa yang telah dibeli.

Kisi-kisi instrumen yang diuraikan pada tabel 3.1 di bawah ini akan digunakan peneliti untuk mengukur variabel minat beli ulang yang akan diuji cobakan. Penelitian ini menguraikan kisi-kisi dengan tujuan untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validasi dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 3. 1 Kisi-kisi Instrumen Minat Beli Ulang**

Indikator	Pernyataan Indikator	Pernyataan Adaptasi	Sumber
-----------	----------------------	---------------------	--------

1. Minat beli ulang	• <i>If I could, I would like to reuse to the website for my next purchase.</i>	• Saya akan menggunakan aplikasi Tokopedia kembali untuk pembelian Saya selanjutnya	Sullivan & Kim (2018)
2. Rencana membeli kembali dalam waktu dekat	• <i>I would like to revisit the website to purchase products in the near future.</i>	• Saya akan mengunjungi aplikasi Tokopedia kembali untuk membeli produk dalam waktu dekat	
3. Minat beli ulang produk dengan preferensi utama	• Saya berminat untuk membeli ulang produk yang sama/ preferensi utama pada suatu produk.	• Saya berminat untuk membeli ulang produk yang sama/preferensi utama Saya pada suatu produk di aplikasi Tokopedia	Febrini et al. (2019)
4. Minat membeli kembali di masa depan	• Saya berminat untuk membeli kembali di masa depan	• Saya berminat untuk membeli kembali suatu produk di masa depan dengan menggunakan aplikasi Tokopedia	
5. Tingginya kemungkinan untuk membeli ulang	• <i>The probability that I will repurchase from the e-store is high</i>	• Kemungkinan Saya akan melakukan pembelian ulang di aplikasi Tokopedia sangat tinggi	Liao et al. (2017)

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

### 3.4.2 Kepuasan

Variabel bebas pertama (X1) yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan. Kepuasan merupakan tingkatan dimana seseorang merasakan perbandingan antara sebuah produk dengan kinerja yang dihasilkan.

Kisi-kisi instrumen yang diuraikan pada tabel 3.2 di bawah ini akan digunakan peneliti untuk mengukur variabel kepuasan yang akan diuji cobakan. Penelitian ini menguraikan kisi-kisi dengan tujuan untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji

validasi dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 3. 2 Kisi-kisi Instrumen Kepuasan**

<b>Indikator</b>	<b>Pernyataan Indikator</b>	<b>Pernyataan Adaptasi</b>	<b>Sumber</b>
1. Kinerja produk memuaskan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>I am satisfied with the performance of the MyStarbucks app</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya merasa puas dengan kinerja aplikasi <i>e-commerce</i> Tokopedia</li> </ul>	Li & Fang (2019)
2. Kualitas pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>I am satisfied with the service I have received from the e-store</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya merasa puas dengan pelayanan yang Saya terima dari <i>e-commerce</i> Tokopedia</li> </ul>	Liao et al. (2017)
3. Kualitas produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>I am satisfied with the quality of products offered online</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya merasa puas dengan kualitas produk yang ditawarkan di <i>e-commerce</i> Tokopedia</li> </ul>	Tandon et al. (2016)
4. Merekomendasikan ke orang lain	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>I will recommend online shopping websites to other people</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya akan merekomendasikan <i>e-commerce</i> Tokopedia ke orang lain</li> </ul>	
5. Kepuasan secara keseluruhan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Secara keseluruhan, saya merasa puas dengan penggunaan LINE messenger</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Secara keseluruhan, saya merasa puas saat berbelanja menggunakan <i>e-commerce</i> Tokopedia</li> </ul>	Gloria & Achyar (2018)

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

### 3.4.3 Manfaat yang dirasakan

Variabel bebas kedua (X2) yang digunakan dalam penelitian ini adalah manfaat yang dirasakan. Manfaat yang dirasakan merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu produk akan meningkatkan kinerjanya.

Kisi-kisi instrumen yang diuraikan pada tabel 3.3 di bawah ini akan digunakan peneliti untuk mengukur variabel manfaat yang dirasakan yang akan diuji cobakan. Penelitian ini menguraikan kisi-kisi dengan tujuan untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang

dimasukkan setelah uji validasi dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 3. 3 Kisi-kisi Instrumen Manfaat yang dirasakan**

Indikator	Pernyataan Indikator	Pernyataan Adaptasi	Sumber
1. Meningkatkan kinerja	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Using mobile app helps me improve my performance in shopping</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplikasi Tokopedia membantu Saya dalam berbelanja</li> </ul>	Sarkar & Khare (2019)
2. Meningkatkan produktivitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>I think that mobile app improves my productivity in shopping</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menurut Saya, aplikasi Tokopedia meningkatkan produktivitas Saya dalam berbelanja</li> </ul>	
3. Meningkatkan efektivitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>In my opinion, using mobile app increases my effectiveness in shopping</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menurut Saya, menggunakan aplikasi Tokopedia dapat meningkatkan efektivitas saya dalam berbelanja</li> </ul>	
4. Meningkatkan efisiensi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dengan menggunakan LINE messenger, saya dapat meningkatkan tingkat efisiensi hidup/pekerjaan saya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dengan menggunakan aplikasi Tokopedia, Saya dapat meningkatkan tingkat efisiensi saya dalam hidup/pekerjaan</li> </ul>	Gloria & Achyar (2018)
5. Mendapatkan informasi yang bermanfaat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Using corporate SNS page enables me acquire useful information</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menggunakan aplikasi Tokopedia membantu Saya memperoleh informasi yang bermanfaat</li> </ul>	Seol et al. (2016)
6. Bermanfaat secara keseluruhan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Overall, it is useful to use public transport services</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Secara keseluruhan, berbelanja menggunakan aplikasi Tokopedia sangat bermanfaat</li> </ul>	Sumaedi et al. (2016)

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

#### 3.4.4 Skala Pengukuran

Dalam pengisian kuesioner, responden dapat memilih salah satu dari lima jawaban alternatif yang diberikan. Lima jawaban alternatif yang dipakai pada penelitian ini disebut dengan skala *likert*. Sugiyono (2012) berpendapat bahwa skala *likert* digunakan untuk mengukur perilaku,

pandangan, serta pemahaman seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial. Pengukuran dengan skala *likert* yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 4 Skala *Likert***

No	Alternatif Pilihan Jawaban	Skor Item
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Ragu-ragu	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Sumber: Sugiyono (2017)

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data digunakan untuk mengumpulkan berbagai data atau informasi dari lapangan untuk memperkuat kesahihan sebuah penelitian. Menurut Komariah & Satori (2011, p. 103), teknik pengumpulan data merupakan sebuah prosedur yang teratur untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Pada penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data dengan metode survei yang menggunakan kuesioner. Alasan peneliti menggunakan metode survei yaitu agar peneliti dapat memaparkan kecenderungan, sikap atau perilaku dari suatu populasi tertentu terhadap sebuah fenomena.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Adapun langkah-langkah untuk menganalisis data ialah sebagai berikut:

#### 3.6.1 Analisis Deskriptif

Langkah pertama dalam menganalisis data yaitu melakukan analisis deskriptif. Analisis deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk menilai atau menyelidiki hasil penelitian dengan mendeskripsikan data

yang didapat, namun tidak dipakai untuk membuat kesimpulan yang lebih luas (Sugiyono, 2013, p. 147). Dapat disimpulkan bahwa analisis deskriptif merupakan sebuah perangkaan yang dipakai untuk menggambarkan sebuah data dari suatu kelompok kemudian memberikan kesimpulan atau penjelasan mengenai kelompok tersebut.

### 3.6.2 Uji Validitas

Setelah melakukan analisis deskriptif, langkah selanjutnya yaitu melakukan uji validitas. Menurut Sugiyono (2017, p. 122), uji validitas digunakan untuk melihat tingkat kevalidan sebuah instrumen yang akan diteliti pada kuesioner dan memastikan agar instrumen tersebut dapat digunakan. Uji validitas dapat membantu peneliti untuk memilih mana saja instrumen yang tidak dapat digunakan dalam kuesioner, sehingga dapat memperkecil peluang terjadinya kegagalan pada saat uji hipotesis. Sugiyono (2013, p. 3), valid yaitu memperlihatkan derajat ketetapan antara data yang terjadi secara nyata pada objek dengan data yang diperoleh peneliti.

Untuk mengetahui kevaliditasan sebuah instrumen, peneliti menggunakan dua analisis faktor, yaitu EFA (*Exploratory Factor Analysis*) dan CFA (*Confirmatory Factor Analysis*). Peneliti menggunakan kedua analisis faktor tersebut pada penelitian ini dan menggunakan aplikasi SPSS.

Hair et al. (2018) menyatakan, jika sebuah variabel tertentu disatukan menjadi satu bagian, dan nilai *factor loading*nya telah sesuai



berdasarkan jumlah sampel penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat efektivitas dari EFA.

**Tabel 3. 5 Nilai *Factor Loading* EFA**

<i>Factor Loading</i>	Jumlah Sampel
0.30	350
0.35	250
0.40	200
0.45	150
0.50	120
0.55	100
0.60	85
0.65	70
0.70	60
0.75	50

Sumber: Hair et al. (2018)

Mengacu pada teori Hair et al. (2018) di atas, dalam penelitian ini peneliti menggunakan jumlah sampel sebesar 250, maka dari itu peneliti akan menggunakan *factor loading* sebesar 0,35. Apabila hasil *Component Matrix<sup>a</sup>* lebih besar dari *Factor Loading*, indikator tersebut dikatakan valid.

### 3.6.3 Uji Reliabilitas

Sujarweni (2014, p. 193) menjelaskan bahwa uji reliabilitas dapat dikerjakan secara bersamaan terhadap seluruh butir atau item pertanyaan dalam kuesioner penelitian. Terdapat dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas, yaitu:

- 1) Jika nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,70$  maka kuesioner dinyatakan reliabel atau konsisten.
- 2) Sementara jika nilai *Cronbach's Alpha*  $< 0,70$  maka kuesioner dinyatakan di reliabel atau tidak konsisten.

Uji reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* sebagai berikut:

$$r_{ii} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum s_i^2}{st^2} \right]$$

Keterangan:

- $r_{ii}$  : Reliabilitas instrumen  
 $k$  : Banyak butir pernyataan (yang valid)  
 $\sum s_i^2$  : Jumlah varian skor butir  
 $st^2$  : Varian skor total

#### 3.6.4 Uji Hipotesis

Menurut Ghozali & Fuad (2008, p. 3), *Structural Equation Modeling* (SEM) merupakan salah satu teknik analisis multivariat yang memungkinkan peneliti untuk menguji relasi setiap variabel. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) software AMOS versi 22.

Menurut Hair et al. (2018), terdapat beberapa langkah yang dilakukan untuk menguji kelayakan Model SEM, yaitu:

1. *Absolute Fit Measures*

*Absolute Fit Measures* merupakan pengujian yang paling utama pada SEM dengan menghitung keseluruhan model fit baik model struktural maupun model pengukuran secara bersamaan. Alat yang digunakan untuk mengukur *Absolute Fit Measures* yaitu:

- a. *Chi-Square* (CMIN)

*Chi-Square* adalah alat ukur paling esensial yang digunakan untuk menghitung kecocokan secara keseluruhan. *Chi-square* sangat sensitif terhadap banyaknya sampel yang digunakan. Jika sampel yang digunakan lebih dari 200, maka *chi-square* harus dibantu dengan alat uji lainnya. Semakin kecil nilai *chi-square*, maka model akan diterima dengan baik berdasarkan probabilitas ( $p$ ) yaitu  $p > 0,05$ . Jika ukuran sampel berada di antara 100-200, maka reliabilitas uji signifikansi akan berkurang, sehingga memerlukan alat uji lainnya untuk melakukan pengujian.

b. CMIN/DF

Hasil CMIN/DF muncul dengan membagi statistik *chi-square* (CMIN) dengan derajat kebebasan (DF), yang merupakan indikator derajat kesesuaian model. Model diterima jika CMIN/DF kurang dari atau sama dengan 2,00 yang diharapkan kecil.

c. RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*)

RMSEA digunakan untuk menghitung kesalahan nilai parameter suatu model. Model dikatakan sudah mendekati fit apabila nilai RMSEA kurang dari atau sama dengan 0,05, dan dikatakan *good fit* apabila nilai RMSEA-nya  $0,05 \leq \text{RMSEA} \leq 0,08$ .

## 2. *Incremental Fit Measures*

*Incremental fit measures* merupakan ukuran kesesuaian secara relatif, digunakan untuk membandingkan model yang dianjurkan dengan model dasar yang digunakan oleh peneliti.

### a. TLI (*Tucker Lewis Index*)

TLI dipakai untuk menilai analisis faktor yang akan diperluas, untuk SEM nilai TLI berkisar diantara 0 - 1. Model dianggap *good fit* jika mempunyai nilai TLI lebih dari atau sama dengan 0,9, dan dikatakan marginal fit jika mempunyai nilai TLI (0,8 kurang dari atau sama dengan TLI kurang dari atau sama dengan 0,9).

### b. CFI (*Comparative Fit Index*)

Nilai CFI berkisar dari 0 - 1. Model dinyatakan sesuai apabila nilai CFI model lebih dari atau sama dengan 0,9 ( $CFI \geq 0,9$ ) dan dinyatakan marginal fit apabila model ( $0,8 \leq CFI \leq 0,9$ ).

### c. *Parsimony Fit Measures*

*Parsimony fit measures* dapat diartikan sebagai bagian kesesuaian dari sisi kesederhanaan model. Sebuah model dapat dikatakan fit apabila model tersebut sudah terpenuhi.

**Tabel 3. 6 *Goodness of Fit Indices***

<i>Goodness of Fit Indices</i>	<i>Cut Of Value</i>
<i>Chi Square (CMIN)</i>	$CMIN \geq 0,05$
<i>CMIN/DF</i>	$CMIN/DF \leq 2,00$
<i>The Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)</i>	$0,05 < RMSEA < 0,08$
<i>Tucker Lewis Index (TLI)</i>	$TLI \geq 0.9$

*Comparative Fit Index (CFI)*

$CFI \geq 0,9$

Sumber: Hair et al. (2018)

### 3.6.5 *Pilot Study*

Hartono (2010) menyatakan bahwa *pilot study* digunakan untuk menguji keefektifan instrumen-instrumen pada kuesioner sebagai alat komunikasi peneliti dan responden. Uji kualitas instrumen dilakukan untuk mencari tahu apakah sebuah instrumen penelitian sudah memadai standard validitas dan reliabilitas. Hertzog (2008) merekomendasikan 30-40 responden untuk melakukan *pilot study*. Berdasarkan teori tersebut, peneliti akan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap 30 responden. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen-instrumen yang dipakai dalam kuesioner sudah valid dan reliabel.

#### a) Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

##### 1) Variabel Minat Beli Ulang

Hair et al. (2018, p. 137) menyatakan bahwa jika nilai tinggi KMO MSA antara  $> 0,5$  dan *Bartlett's Test of Sphericity* ( $\text{sig}$ )  $< 0,5$  dapat diartikan bahwa analisis faktor telah mencukupi. Hasil KMO MSA variabel minat beli ulang berdasarkan tabel 3.7 di bawah yaitu 0,848 atau lebih dari 0,5 dan hasil *Bartlett's Test of Sphericity* yaitu 0,000 atau kurang dari 0,5. Artinya, analisis faktor telah mencukupi. Hasil dari perhitungan MSA KMO dan *Bartlett's Test* variabel minat beli ulang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 3. 7 Hasil MSA KMO dan Bartlett's Test Variabel Minat Beli Ulang**

<b>KMO and Bartlett's Test</b>		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,848
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	103,255
	df	10
	Sig.	0,000

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

Berdasarkan hasil *pilot study* yang dilakukan peneliti menggunakan *exploratory factor analysis*, variabel minat beli ulang tidak memiliki dimensi. Hair et al. (2018, p. 141) menjelaskan bahwa suatu faktor dapat terbentuk jika memberikan nilai *eigenvalues* > 1. Berdasarkan tabel 3.8 di bawah, dari total lima item pernyataan, hanya ada satu item yang memiliki *eigenvalues* lebih dari 1, yaitu *component* satu dengan nilai *eigenvalues* 3,772, maka dapat disimpulkan bahwa variabel minat beli ulang hanya memiliki satu faktor atau tidak memiliki dimensi. Hasil dari perhitungan *Eigenvalues* variabel minat beli ulang dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 3. 8 Hasil *Eigenvalues* Variabel Minat Beli Ulang**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,772	75,435	75,435	3,772	75,435	75,435
2	0,594	11,884	87,319			
3	0,262	5,234	92,553			
4	0,191	3,819	96,373			
5	0,181	3,627	100,000			

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

Terdapat lima item pernyataan dalam variabel minat beli ulang berdasarkan tabel 3.9 di bawah dengan keseluruhan *factor loading* lebih dari 0,35 yang artinya seluruh item tersebut dinyatakan valid. Selanjutnya suatu konstruk dinyatakan reliabel atau diterima jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70. *Cronbach's Alpha* dari variabel minat beli ulang yaitu 0,916 sehingga dapat dikatakan reliabel. Hasil dari perhitungan *Factor Loading* dan *Cronbach's Alpha* variabel minat beli ulang dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 3. 9 Hasil *Factor Loading* dan *Cronbach's Alpha* Variabel Minat Beli Ulang**

<b>Nama</b>	<b>Pernyataan</b>	<b><i>Factor Loadings</i></b>
MBU1	Saya akan menggunakan aplikasi Tokopedia kembali untuk pembelian saya selanjutnya	0,873
MBU2	Saya akan mengunjungi aplikasi Tokopedia kembali untuk membeli produk dalam waktu dekat	0,824
MBU3	Saya berminat untuk membeli ulang produk yang sama/preferensi utama saya pada suatu produk di aplikasi Tokopedia	0,802
MBU4	Saya berminat untuk membeli kembali suatu produk di masa depan dengan menggunakan aplikasi Tokopedia	0,918
MBU5	Kemungkinan Saya akan melakukan pembelian ulang di aplikasi Tokopedia sangat tinggi	0,919
<b><i>Cronbach's Alpha</i></b>		<b>0,916</b>

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

## 2) Variabel Kepuasan

Hair et al. (2018, p. 137) menyatakan bahwa jika nilai tinggi KMO MSA antara > 0,5 dan *Bartlett's Test of Sphericity* (sig) < 0,5 dapat diartikan bahwa analisis faktor telah mencukupi. Hasil KMO MSA variabel kepuasan berdasarkan tabel 3.10 di bawah yaitu 0,820 atau lebih dari 0,5 dan hasil *Bartlett's Test of*

*Sphericity* yaitu sebesar 0,000 atau kurang dari 0,5. Artinya, analisis faktor telah mencukupi. Hasil dari perhitungan MSA KMO dan *Bartlett's Test* variabel kepuasan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 3. 10 Hasil MSA KMO dan Bartlett's Test Variabel Kepuasan**

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,820
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	90,196
	df	10
	Sig.	0,000

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

Berdasarkan hasil *pilot study* yang dilakukan peneliti menggunakan *exploratory factor analysis*, variabel kepuasan tidak memiliki dimensi. Hair et al. (2018, p. 141) menjelaskan bahwa suatu faktor dapat terbentuk jika memberikan nilai *eigenvalues* > 1. Berdasarkan tabel 3.11 di bawah, dari total lima item pernyataan, hanya ada satu item yang memiliki *eigenvalues* lebih dari 1, yaitu *component* satu dengan nilai *eigenvalues* 3,672, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan hanya memiliki satu faktor atau tidak memiliki dimensi. Hasil dari perhitungan *Eigenvalues* variabel kepuasan dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 3. 11 Hasil *Eigenvalues* Variabel Kepuasan**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,672	73,44%	73,44%	3,672	73,44%	73,44%
2	0,820	16,40%	89,84%	0,820	16,40%	89,84%
3	0,000	0,00%	89,84%	0,000	0,00%	89,84%
4	0,000	0,00%	89,84%	0,000	0,00%	89,84%
5	0,000	0,00%	89,84%	0,000	0,00%	89,84%



1	3,672	73,446	73,446	3,672	73,446	73,446
2	0,514	10,270	83,717			
3	0,343	6,854	90,571			
4	0,300	5,998	96,568			
5	0,172	3,432	100,000			

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

Terdapat lima item pernyataan dalam variabel minat beli ulang berdasarkan tabel 3.12 di bawah dengan keseluruhan *factor loading* lebih dari 0,35 yang artinya seluruh item tersebut dikatakan valid. Selanjutnya suatu konstruk dikatakan reliabel atau diterima jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70. *Cronbach's Alpha* dari variabel kepuasan yaitu 0,909 sehingga dapat dinyatakan reliabel. Hasil dari perhitungan *Factor Loading* dan *Cronbach's Alpha* variabel kepuasan dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 3. 12 Hasil *Factor Loading* dan *Cronbach's Alpha* Variabel Kepuasan**

<b>Nama</b>	<b>Pernyataan</b>	<b><i>Factor Loadings</i></b>
K1	Saya merasa puas dengan kinerja aplikasi <i>e-commerce</i> Tokopedia	0,887
K2	Saya merasa puas dengan pelayanan yang Saya terima dari <i>e-commerce</i> Tokopedia	0,834
K3	Saya merasa puas dengan kualitas produk yang ditawarkan di <i>e-commerce</i> Tokopedia	0,869
K4	Saya akan merekomendasikan <i>e-commerce</i> Tokopedia ke orang lain	0,837
K5	Secara keseluruhan, saya merasa puas saat berbelanja menggunakan <i>e-commerce</i> Tokopedia	0,856
<b><i>Cronbach's Alpha</i></b>		0,909

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

### 3) Variabel Manfaat yang dirasakan

Hair et al. (2018, p. 137) menyatakan bahwa jika nilai tinggi KMO MSA antara  $> 0,5$  dan *Bartlett's Test of Sphericity* (sig)  $< 0,5$  dapat diartikan bahwa analisis faktor telah mencukupi. Hasil KMO MSA variabel manfaat yang dirasakan berdasarkan tabel 3.13 di bawah yaitu sebesar 0,823 atau lebih dari 0,5 dan hasil *Bartlett's Test of Sphericity* yaitu sebesar 0,000 atau kurang dari 0,5. Artinya, analisis faktor telah mencukupi. Hasil dari perhitungan MSA KMO dan *Bartlett's Test* variabel manfaat yang dirasakan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 3. 13 Hasil MSA KMO dan *Bartlett's Test* Variabel Manfaat yang dirasakan**

<b>KMO and Bartlett's Test</b>		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,823
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	96,293
	df	15
	Sig.	0,000

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

Berdasarkan hasil *pilot study* yang dilakukan peneliti menggunakan *exploratory factor analysis*, variabel manfaat yang dirasakan tidak memiliki dimensi. Hair et al. (2018, p. 141) menjelaskan bahwa suatu faktor dapat terbentuk jika memberikan nilai *eigenvalues*  $> 1$ . Berdasarkan tabel 3.14 di bawah, dari total lima item pernyataan, hanya ada satu item yang memiliki *eigenvalues* lebih dari 1, yaitu *component* satu dengan nilai *eigenvalues* 3,792, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan hanya memiliki satu faktor atau tidak

memiliki dimensi. Hasil dari perhitungan *Eigenvalues* variabel manfaat yang dirasakan dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 3. 14 Hasil *Eigenvalues* Variabel Manfaat yang dirasakan**

Component	Total Variance Explained					
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,792	63,200	63,200	3,792	63,200	63,200
2	0,845	14,076	77,276			
3	0,571	9,525	86,801			
4	0,394	6,571	93,372			
5	0,267	4,443	97,815			
6	0,131	2,185	100,000			

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

Terdapat enam item pernyataan dalam variabel manfaat yang dirasakan berdasarkan tabel 3.15 di bawah dengan keseluruhan *factor loading* lebih dari 0,35 yang menyatakan bahwa seluruh item tersebut dikatakan valid. Selanjutnya suatu konstruk dinyatakan reliabel atau diterima jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70. *Cronbach's Alpha* dari variabel kepuasan yaitu 0,875 sehingga dapat dinyatakan reliabel. Hasil dari perhitungan *Factor Loading* dan *Cronbach's Alpha* variabel manfaat yang dirasakan dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 3. 15 Hasil *Factor Loading* dan *Cronbach's Alpha* Variabel Manfaat yang dirasakan**

Nama	Pernyataan	<i>Factor Loadings</i>
M1	Aplikasi Tokopedia membantu Saya dalam berbelanja	0,793
M2	Menurut Saya, aplikasi Tokopedia meningkatkan produktivitas Saya dalam berbelanja	0,615
M3	Menurut Saya, menggunakan aplikasi Tokopedia dapat	0,922

	meningkatkan efektivitas saya dalam berbelanja	
M4	Dengan menggunakan aplikasi Tokopedia, Saya dapat meningkatkan tingkat efisiensi saya dalam hidup/pekerjaan	0,859
M5	Menggunakan aplikasi Tokopedia membantu Saya memperoleh informasi yang bermanfaat	0,679
M6	Secara keseluruhan, berbelanja menggunakan aplikasi Tokopedia sangat bermanfaat	0,858
	<b><i>Cronbach's Alpha</i></b>	<b>0,875</b>

---

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

