

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Pada penelitian ini membutuhkan sekitar 4 bulan terhitung mulai dari bulan Januari hingga April 2021. Waktu tersebut merupakan waktu yang efektif bagi peneliti dalam melakukan penelitian karena agenda yang dimiliki Peneliti tidak cukup padat sehingga dapat memaksimalkan segala usaha untuk mendapatkan data yang dibutuhkan.

2. Tempat Penelitian

Penelitian melaksanakan penelitian ini secara tidak langsung atau daring di Kawasan DKI Jakarta. Alasan dipilihnya meneliti secara daring di karenakan pada tahun 2021, masih adanya pandemik *Covid-19* yang membuat masyarakat belum bebas dalam beraktivitas. Sehingga seluruh kegiatan yang dilakukan sangat terbatas dan diterapkannya physical distancing. Kemudian, alasan mengapa tempat yang dipilih adalah Kawasan DKI Jakarta yaitu dikarenakan agar memperoleh kemudahan dalam mendapatkan data dari responden pada penelitian ini, juga karena faktor keefesienan waktu dalam meneliti di tempat tersebut, sehingga dapat memudahkan peneliti dalam pengambilan data responden.

B. Desain Penelitian

1. Metode Penelitian

Menurut Anggara (2015, p. 13) metode penelitian merupakan metode dan prosedur ilmiah yang dilakukan untuk mengenal permasalahan yang ada di tempat penelitian sekaligus mengumpulkan data dan petunjuk yang dipandang akan menanggapi permasalahan yang diteliti. Pendekatan kuantitatif dan pendekatan kualitatif merupakan metode penelitian. Pendekatan yang dilakukan untuk penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Kuantitatif ialah pendekatan yang di dalam usulan penelitian yang mempergunakan aspek pengukuran, perhitungan rumus dan kepastian data numerik (Musianto, 2004).

Kemudian metode yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu metode survey dengan pendekatan *ex post facto* atau kausal. Survei merupakan metode yang berguna saat menyelesaikan suatu masalah melalui pengajuan beberapa pertanyaan yang sesuai dengan masalah yang telah dilihat sebelumnya. Menurut Kurniadi & Islami (2018) berpendapat bahwa survei adalah penelitian dengan menggunakan kuesioner atau pertanyaan sistematis yang sama pada setiap orang sebagai instrument pengumpulan datanya. Sistem pengumpulan data yang sangat sistematis dan juga dapat mendukung saat proses pengolahan data menjadi alasan peneliti memilih metode ini. Informasi dan data dihasilkan dari penggunaan kuesioner. *GoogleForm* digunakan peneliti untuk menyebarkan kuesioner secara *online*.

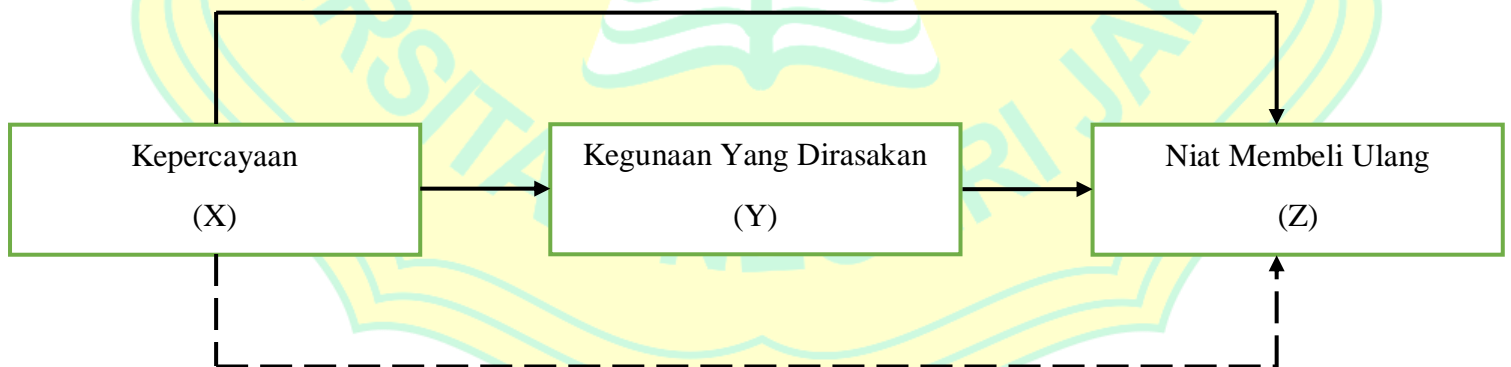
Lalu mengenai pendekatan kausal yaitu pendekatan yang datanya dikumpulkan setelah kejadian atau fenomena yang diteliti telah terjadi (Yusuf, 2016). Tambahan lagi menurut Cohen dan Manion pada (Yusuf, 2016) mengatakan bahwa kausal adalah penelitian yang menginstruksikan responden agar mengingat

apa saja yang menjadi penyebab suatu peristiwa itu terjadi. Alasan peneliti menggunakan pendekatan ini karena pendapat yang telah disebutkan diatas dapat dikaitkan dengan penelitian ini yaitu mendorong responden agar mengingat apa sebenarnya faktor yang mendorong mereka untuk berniat membeli ulang pada aplikasi belanja *online*. Pendekatan ini juga berkaitan dengan teknik pengambilan sampelnya yaitu *purposive sampling*. Bahwa peneliti hanya mengolah data yang diperoleh dari responden yang telah memenuhi kriteria-kriteria apa saja yang telah ditentukan. Dengan begitu, maka dapat diketahui pengaruh apa saja yang mendorong niat membeli ulang pada aplikasi belanja *online*.

2. Konstelasi Pengaruh antar Variabel

Berdasarkan hipotesis yang dirumuskan bahwa:

Penelitian ini menggunakan tiga variabel, dengan rincian satu variabel bebas, satu variabel *intervening*, dan satu variabel terikat, yaitu Kepercayaan (Variabel X), Kegunaan Yang Dirasakan (Variabel Y), Niat Membeli Ulang (Variabel Z). Maka konstelasi hubungan antar variabel penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1 Konstelasi Hubungan antar Variabel

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

Keterangan:

Variabel Bebas (X) : Kepercayaan

Variabel *Intervening* (Y) : Kegunaan Yang Dirasakan

Variabel Terikat (Z) : Niat Membeli Ulang

—————→ : Arah Hubungan

- - - - -→ : *Intervening*

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Yusuf (2016, p. 148) populasi adalah keseluruhan atribut yang menjadi fokus penelitian seperti orang, objek, atau suatu peristiwa. Konsumen yang pernah berbelanja pada aplikasi belanja *online* khususnya Shopee yang berdomisili di DKI Jakarta merupakan populasi pada penelitian ini.

2. Sampel

Sampel dapat dikatakan secara sederhana yaitu sampel merupakan sebagian dari objek, manusia, atau kejadian yang terpilih mewakili populasi tersebut (Yusuf, 2016, p. 150). Peneliti pada kali ini telah menentukan teknik pemilihan sampelnya, yaitu *purposive sampling*. Teknik sampel *purposive sampling* dimana peneliti memutuskan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian.

Menurut Etikan et al., (2016) subjek yang dipilih berdasarkan metode *purposive sampling*, yaitu subjek yang dipilih berdasarkan tujuan penelitian dengan tujuan setiap responden akan memberikan penjelasan yang khusus dan kaya tentang nilai penelitian. Oleh karena itu, sampel yang digunakan pada penelitian kali ini

adalah Masyarakat yang berdomisili di DKI Jakarta yang pernah berbelanja pada aplikasi belanja *online* khususnya Shopee. Peneliti memilih sampel di DKI Jakarta karena Jakarta adalah salah satu kota yang paling banyak berbelanja *online*. Jumlah sampel yang diambil untuk penelitian kali ini sejumlah >200 Sampel dengan ketentuan minimal pernah berbelanja di aplikasi belanja *online* Shopee satu kali dalam kurun waktu enam bulan terakhir. Karena analisis data menggunakan SEM AMOS maka jumlah sampel ini ditentukan berdasarkan pendapat dari Santoso (2018, p. 81) bahwa jumlah sampel sebanyak 200 data bisa diterima pada analisis SEM sebagai sampel yang representatif. (Jöaureskog, K. G., & Söaubom, 1988) juga membuat tabel mengenai jumlah sampel yang digunakan pada analisis SEM, adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Jumlah Sampel Menggunakan SEM

Jumlah Variabel	Ukuran Sampel
3-10 Variabel	200
15 Variabel	360
20 Variabel	630
25 Variabel	975
30 Variabel	1395

Sumber: (Jöaureskog, K. G., & Söaubom, 1988)

Berdasarkan tabel diatas, dikarenakan peneliti menggunakan 3 variabel untuk diteliti maka peneliti memutuskan untuk mengambil 200 Responden sebagai minimal data untuk diukur menggunakan SEM.

D. Pengembangan Instrumen

Penelitian ini menggunakan 3 variabel, yaitu satu variabel bebas, satu variabel *intervening*, dan satu variabel terikat, yaitu Kepercayaan (Variabel X), Kegunaan Yang Dirasakan (Variabel Y), Niat Membeli Ulang (Variabel Z). Adapun instrumen yang digunakan dalam mengukur ketiga variabel tersebut, yaitu sebagai berikut:

1. Kepercayaan (Variabel X)

a. Definisi Konseptual

Kepercayaan adalah suatu sudut pandang yang ditunjukkan oleh manusia saat ia merasa cukup tahu dan menyimpulkan bahwa dirinya telah mencapai kebenaran. Dalam konteks kepercayaan terhadap aplikasi belanja *online* ialah rasa percaya para pembeli akan timbul ketika penjual *online* berhasil membuktikan kemahiran, kesanggupan, dan kredibilitas.

b. Instrumen Kepercayaan

Keterangan mengenai butir-butir dan instrumen dibawah ini diperlukan untuk mengukur variabel Kepercayaan yang dituangkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Instrumen dari Kepercayaan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Indikator Kepercayaan

No	Original Indicators	Adaptation Indicators	Source
1	Yakin bahwa produk yang digunakan bekerja dengan baik	Saya yakin bahwa produk yang ditawarkan oleh Shopee berfungsi dengan baik	
2	Hasil yang ditunjukkan oleh produk tersebut memiliki integritas	Saya merasa produk yang dihasilkan oleh Shopee memiliki integritas yang baik	
3	Percaya terhadap fitur yang disediakan	Saya merasa fitur yang disediakan oleh Shopee	

		cukup jelas dan dapat dipercaya	
4	Percaya bahwa kualitas produk dapat diandalkan	Saya percaya bahwa kualitas produk yang ditawarkan oleh Shopee dapat diandalkan	(Tatang & Mudiantono, 2017), (Dimoka, 2010)
5	Kemampuan dalam mendistribusikan produk/jasa	Saya merasa bahwa Shopee mampu mendistribusikan produk/jasa yang ditawarkan dengan baik	
6	Kemampuan dalam memenuhi ekspektasi konsumen	Saya merasa bahwa Shopee telah memenuhi ekspektasi saya ketika berbelanja	

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

2. Kegunaan Yang Dirasakan (Y)

a. Definisi Konseptual

Kegunaan Yang Dirasakan ialah ketika seseorang merasakan suatu manfaat yang mereka dapatkan dari suatu produk/jasa. Khususnya ketika seseorang berbelanja di *e-commerce* yang akan memberikan potensi untuk melakukan pembelian berkelanjutan.

b. Instrumen Kegunaan Yang Dirasakan

Keterangan mengenai butir-butir dan instrumen dibawah ini diperlukan untuk mengukur variabel Kegunaan Yang Dirasakan yang dituangkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Instrumen dari Kegunaan Yang Dirasakan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3 Indikator Kegunaan Yang Dirasakan

No	Original Indicators	Adaptation Indicators	Source
1	<i>Online shop sites provide quality information</i>	Informasi yang diberikan oleh Shopee sangat berkualitas	(Hassanein & Head, 2007), (Lui & Jamieson, 2003)
2	<i>Online shop sites can help improve consumer performance in shopping</i>	Aplikasi Shopee dapat meningkatkan kinerja saya dalam berbelanja	
3	<i>Online shop sites can increase consumer effectiveness in shopping</i>	Menggunakan Shopee dapat meningkatkan keefektivitasan saya dalam berbelanja	
4	<i>Online shop sites are useful in the search for goods</i>	Barang-barang yang dicari di Shopee dapat berguna bagi saya	
5.	<i>Using the internet system, transactions feel more practical</i>	Transaksi berbelanja <i>online</i> di Shopee lebih praktis	

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2021)

3. Niat Membeli Ulang (Variabel Z)

a. Definisi Konseptual

Niat Membeli Ulang adalah suatu perbuatan seseorang yang akan melakukan pembelian ulang pada saat ini ataupun saat yang akan datang karena merasa puas dengan apa yang mereka dapatkan dari suatu produk/jasa, salah satunya seperti pembelian melalui aplikasi belanja *online*.

b. Instrumen Niat Membeli Ulang

Keterangan mengenai butir-butir dan instrumen dibawah ini diperlukan untuk mengukur variabel Niat Membeli Ulang yang dituangkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Instrumen dari Niat Membeli Ulang adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4 Indikator Niat Membeli Ulang

No	Original Indicators	Adaptation Indicators	Source
1	Merencanakan untuk membeli produk yang sama	Saya berencana untuk membeli produk yang sama di Shopee	(Ella et al., 2012), (Basyar & Sanaji, 2018)
2	Merencanakan untuk mencoba produk lain	Saya berencana untuk mencoba produk lain di Shopee	
3	Saya bermaksud menggunakan <i>online</i> shopping daripada menghentikannya	Saya ingin terus menggunakan aplikasi belanja <i>online</i> Shopee daripada menghentikannya	
4	Saya bermaksud menggunakan <i>online</i> shopping daripada belanja secara tradisional	Saya lebih memilih berbelanja di aplikasi Shopee daripada belanja secara tradisional	
5	Saya melanjutkan belanja <i>online</i> sebanyak mungkin	Saya akan melanjutkan belanja <i>online</i> di Shopee lebih banyak	

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

4. Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2017) skala pengukuran artinya persetujuan yang dipergunakan menjadi arahan guna memutuskan panjang kecilnya interval yang terdapat pada suatu alat takar, kemudian alat takar tertera waktu dipergunakan pada penilaian akan mewujudkan data kuantitatif.

Skala likert yaitu skala penilaian yang dipergunakan pada penelitian ini. Skala likert dipergunakan untuk menaksir suatu kejadian sosial dari segi persepsi seseorang atau sikap atau sekelompok orang (Sugiyono, 2017). Dengan skala ini,

maka variabel dijabarkan menjadi indikator variabel yang nantinya dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Menurut Wagiran (2013) alternatif jawaban dapat berupa genap dan ganjil atau skala likert. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert dengan kategori jawaban yang genap dengan jumlah pilihan jawaban yaitu enam. Skala likert enam pilihan ini digunakan untuk menghindari kecenderungan responden memilih kategori tengah atau netral. Jawaban dari skala likert berkategori genap dengan jumlah enam adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5 Skala Pengukuran Likert Genap

Kriteria Jawaban	Kode
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Sedikit Tidak Setuju	3
Sedikit Setuju	4
Setuju	5
Sangat Setuju	6

Sumber: (Simamora, 2008)

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data artinya data yang dihasilkan dari hasil pengarsipan, pemeriksaan, pendapat, dan dicatat dalam catatan lapangan yang memuat dua bagian yakni reflektif dan deskriptif (Kurniawan, 2018, p. 241). Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu metode survei dengan menggunakan instrument penelitian kuesioner. Melalui link *google form* yang akan disebarakan ke seluruh masyarakat umum di DKI Jakarta melalui pesan elektronik maupun platform di media sosial lainnya menjadi alat untuk menyebarkan kuesioner secara *daring*.

Metode atau penelitian survei merupakan penelitian yang dilakukan pada sampel dari suatu populasi baik besar maupun kecil (Kurniawan, 2018, p. 18). Dikatakan lagi oleh Zuriah (2002, p. 182) bahwa kuesioner (angket) merupakan alat pengumpulan data yang berupa pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab secara tertulis juga oleh responden. Pernyataan diatas menguatkan pilihan peneliti atas teknik pengumpulan data yang akan peneliti lakukan yaitu dengan menggunakan kuesioner.

F. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Menurut Kurniawan (2018, p. 249) analisis deskriptif dilakukan dengan pengujian hipotesis deskriptif. Ditambahkan lagi oleh Kurniawan (2018, p. 249) bahwa statistik analisis data penelitian secara deskriptif dilakukan melalui statistik deskriptif, yaitu statistik-statistik univariat yang dipakai untuk menganalisis data dengan cara menguraikan atau memperjelas data yang telah terkumpul secara fakta tanpa bermaksud membuat generalisasi hasil penelitian atau untuk mengenal gambaran atau penyebaran data sampel atau populasi. Penguraian data dengan tabel atau grafik juga penaksiran data dengan memerlukan frekuensi dan pemakaian presentase merupakan pendekatan teknik analisis deskriptif ini

2. Uji Validitas

Menurut Kurniawan (2018, p. 152) Validitas merupakan ukuran tingkat keabsahan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila instrumen tersebut benar-benar bisa mengukur apa yang semestinya diukur (Kurniawan, 2018, p. 152). Kemudian indikator-indikator tersebut mampu mencerminkan ciri-ciri dari

variabel yang dipergunakan pada penelitian Kurniawan (2018, p. 129) menambahkan bahwa tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data terkumpul tidak menyimpang dari gambaran mengenai validitas yang dimaksud.

Uji Validitas bertujuan untuk mereduksi indikator apabila terdapat yang tidak valid dan untuk melihat apakah variabel yang diamati mempunyai dimensi atau tidak. EFA (*Exploratory Factor Analysis*) dan CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) untuk melihat dimensi atau kevaliditasan tersebut.

Maka dapat dikatakan validitas pada EFA dapat terlaksana ketika indikator-indikator dari suatu variabel tertentu terpusat pada satu bagian dan juga dengan nilai *factor loading* sebanyak batasan yang telah ditetapkan (Hair et al., 2014). Dibawah ini merupakan tabel pedoman nilai *factor loading* pada EFA berdasarkan jumlah sampel dalam penelitian ini, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3.6 Nilai Loading Significant EFA berdasarkan Jumlah Sampel

<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., 2014)

3. Uji Reliabilitas

Menurut Kurniawan (2018, p. 153) reliabilitas merupakan suatu ukuran tingkat keefektifan atau tingkat kevalidan suatu instrumen. Lalu ditambahkan lagi oleh Kurniawan (2018, p. 144) pengujian reliabilitas bisa dilaksanakan secara eksternal maupun internal, yaitu jika eksternal pengujian dapat dilakukan dengan *test-retest (stability)*, *equivalent*, dan gabungan keduanya, sedangkan secara internal reliabilitas instrumen dapat diuji melalui analisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dan teknik tertentu. Saidani & Arifin (2012) juga berpendapat bahwa uji reliabilitas berfungsi untuk memilih apakah instrumen dalam hal ini yang berupa kuesioner, bisa dipakai lebih dari satu kali, setidaknya oleh responden yang sama.

Peneliti akan menggunakan *Cronbach's alpha* sebagai skala pengukuran pada penelitian kali ini. Kemudian, Hasil Reliabilitas yang tinggi berarti semua indikator individu konsisten terhadap instrumen. Aplikasi yang digunakan yaitu SPSS sebagai penunjang dalam perhitungan *Cronbach's alpha*. Suatu kuesioner reliabel jika mempunyai nilai *alpha* di atas 0,6, jika 0,6 kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan 0,8 adalah baik merupakan Teknik dari *Cronbach's alpha* (Haryono, 2016). Dibawah ini merupakan rumus dari *Cronbach's alpha*:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas Instrumen

k = Jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah Varians Butir

σt^2 = Varians Total

4. Uji Sobel

Untuk melakukan uji hipotesis *intervening* atau mediasi dapat dilaksanakan dengan tata cara yang diluaskan oleh Sobel dan terkenal dengan julukan uji Sobel (*Sobel Test*). Uji Sobel adalah pengujian yang dilaksanakan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel bebas (X) ke variabel terikat (Z) melalui variabel *intervening* (Y).

Pada uji Sobel apabila *z-value* > 1,96 atau tingkat signifikansi statistik z (*p-value*) < 0,05 artinya *indirect effect* variabel bebas terhadap terikat melalui *intervening* maka dapat dinyatakan signifikan. Dibawah ini merupakan rumus uji Sobel menurut (Ghozali, 2011):

$$1. Sab = \sqrt{b^2 Sa^2 + a^2 Sb^2 + Sa^2 Sb^2}$$

Keterangan:

Sab = untuk menghitung *Standar Error* pengaruh tidak langsung

Sab = *Standar Error* koefisien a dan b

Sa = *Standar Error* koefisien a

Sb = *Standar Error* koefisien b

a = koefisien a

b = koefisien b

$$2. z = \frac{ab}{Sab}$$

Keterangan:

untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh tidak langsung (*z-value*)

5. Uji Hipotesis

Pada penelitian kali ini, pengujian hipotesis nya memakai teknik *Structural Equation Modeling* (SEM). Menurut Saidani & Arifin (2012) *Structural Equation Modeling* (SEM) dapat dijelaskan sebagai suatu analisis yang menyatukan pendekatan analisis faktor (*factor analysis*), model struktural (*structural model*), dan analisis jalur (*path analysis*). Peneliti pada buku Hair Jr et al., (2019) halaman 133 menyarankan untuk memiliki sampel yang besar (200 atau lebih) karena jumlah variabel dan jumlah faktor yang juga diharapkan meningkat. Metode analisis dilaksanakan untuk menafsirkan dan mengambil ketentuan dari beberapa data yang tergabung. Perangkat lunak IBM SPSS AMOS Versi 26 untuk mengolah dan menganalisis data digunakan peneliti dalam melakukan uji hipotesis.

Menurut Sanusi (2011, p. 176) untuk menguji model SEM apakah pantas atau tidak ada beberapa langkah yang bisa dilaksanakan. Terbagi menjadi tiga bagian *fit indices* pada SEM, yaitu:

1.) *Absolute fit indices*

Pengujian ini merupakan pengujian yang berpedoman pada model SEM dengan menghitung model fit secara menyeluruh baik itu model struktural maupun model pengukuran secara bersama-sama (Saidani & Arifin, 2012).

a. *Chi-Square* (CMIN)

Chi-Square ialah alat ukur yang dipergunakan untuk mengukur *overall fit*.

Contoh yang dicoba akan dilihat baik atau memadai apabila nilai *chi-square* rendah. Bertambah kecil nilai *chi-square* (CMIN) maka bertambah baik contoh itu dan diterima sesuai probabilitas (p) menggunakan *cut off value*

sebanyak $p > 0,05$. Sampel yang terlalu kecil (< 50) juga sampel yang terlalu besar akan sangat berpengaruh pada *chi-square* (Kurniawan, 2018).

b. CMIN/DF

CMIN/DF adalah ukuran yang dihasilkan dari nilai *chi-square* dibagi dengan *degree of freedom* (Kurniawan, 2018, p. 348). CMIN/DF yang diperlukan adalah sebesar $\leq 2,00$ yang membuktikan terdapatnya penerimaan dari model.

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

Nilai RMSEA menyatakan *goodness of fit* yang diharapkan jika model diestimasi dalam populasi. Nilai RMSEA yang lebih kecil atau sama dengan 0,08 merupakan indeks untuk memperoleh diterimanya model menunjukkan sebuah *close fit* dari model itu berdasarkan *degree of freedom* (Kurniawan, 2018)

2.) Incremental fit indices

Incremental fit indices adalah skala untuk membandingkan contoh yang diusulkan dengan contoh dasar yang dipergunakan peneliti (Saidani & Arifin, 2012).

a. TLI (*Tucker-Lewis Index*)

TLI adalah sesuatu opsi *incremental fit index* yang membandingkan suatu model yang diuji terhadap suatu *baseline* model. Nilai yang disarankan sebagai contoh untuk diterimanya suatu model adalah lebih besar atau sama dengan 0,9 dan nilai yang mengarah 1 menyatakan *avery good fit*. TLI adalah index fit yang kurang dipengaruhi oleh ukuran sampel (Kurniawan, 2018, p. 349).

b. CFI (*Comparative Fit Index*)

CFI juga dapat disebut sebagai *Bentler Comparative Index*. CFI adalah indeks kesamaan incremental yang juga membandingkan model yang diuji dengan null model. Indeks yang menunjukkan bahwa model yang diuji mempunyai kesamaan yang baik adalah jika $CFI \geq 0,90$ (Kurniawan, 2018)

3.) *Parsimony fit indices*

Parsimony fit indices adalah untuk menjalankan pengaturan tentang penskalaan fit untuk bisa dipadankan antar model penelitian (Saidani & Arifin, 2012).

Tabel 3.7 Parsimony Fit Indices

<i>Goodness of fit Indices Cut-off Value</i>	<i>Goodness of fit Indices Cut-off Value</i>
Chi-Square	Diharapkan Kecil
Probabilitas	$\geq 0,05$
CMIN/DF	$\leq 2,00$
TLI	$\geq 0,95$
RMSEA	$\leq 0,08$
GFI	$\geq 0,90$
AGFI	$\geq 0,90$
CFI	$\geq 0,95$

Sumber: (Sanusi, 2011)

6. Pilot Study

Pilot Study atau Uji coba instrument adalah suatu pelaksanaan untuk mengamati bagian reabilitas, validitas, dan keterbacaan setiap item (Kurniawan, 2018, p. 115).

Pada penelitian ini, pilot study dilakukan kepada 30 responden yang berdomisili di DKI Jakarta yang pernah berbelanja dan niat untuk membeli ulang di aplikasi belanja *online* minimal satu kali dalam enam bulan terakhir dengan cara menyebarkan kuesioner yang berisi susunan intrumen melalui pesan elektronik

maupun media sosial lainnya. Instrument sebagai alat penyatuan data yang harus benar-benar dibentuk dan disusun sebaik mungkin sehingga menghasilkan data yang valid (Kurniawan, 2018, p. 114).

a. Deskripsi Data

1. Pernah berbelanja minimal 1 kali dalam kurun waktu 6 bulan terakhir

Tabel 3.8 Pernah Berbelanja di Shopee

No	Pernah Berbelanja di Shopee	Jumlah	Persentase
1.	Ya	30	100%
2.	Tidak	0	0
	Total	30	100%

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)



Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

Gambar 3.2 Grafik Pernah Berbelanja di Shopee

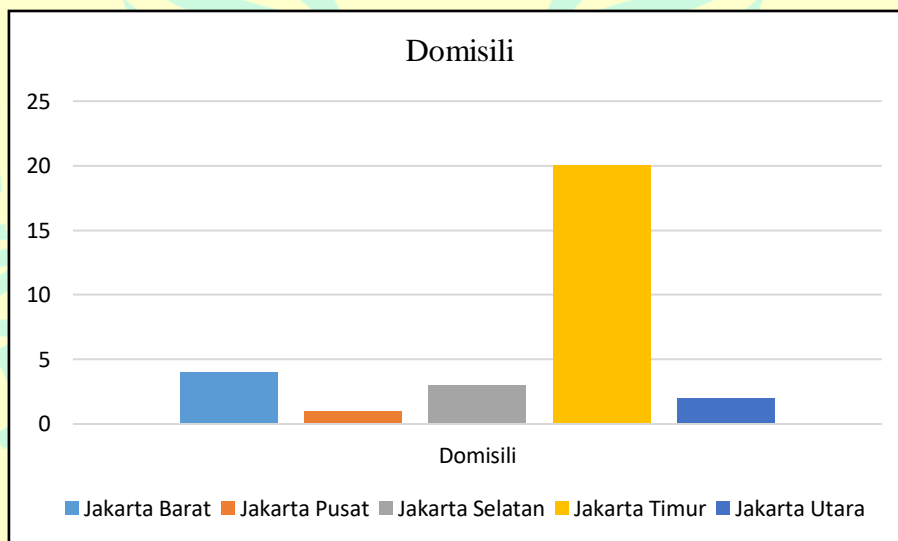
Berdasarkan tabel dan grafik diatas, masyarakat semua menjawab pernah berbelanja di Shopee yaitu berjumlah 30 Responden atau 100% dari seluruh responden.

2. Domisili

Tabel 3.9 Domisili Konsumen Shopee

No	Domisili	Jumlah	Persentase
1.	Jakarta Barat	4	13.3%
2.	Jakarta Pusat	1	3.3%
3.	Jakarta Selatan	3	10.0%
4.	Jakarta Timur	20	66.7%
5.	Jakarta Utara	2	6.7%
	Total	30	100%

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)



Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

Gambar 3.3 Grafik Domisili Konsumen Shopee

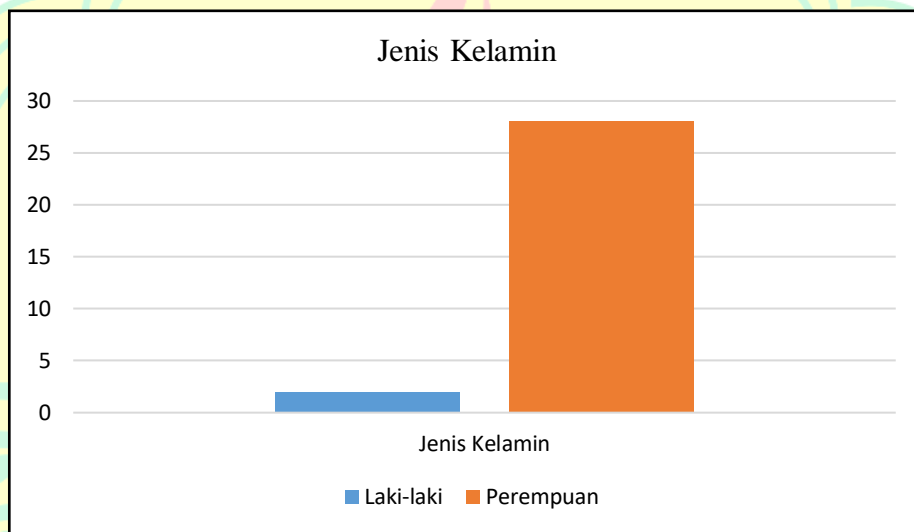
Berdasarkan tabel dan grafik diatas, Konsumen Shopee dominan berdomisili di Jakarta Timur yaitu sejumlah 20 Responden atau 66.7% dari seluruh responden.

3. Jenis Kelamin

Tabel 3.10 Jenis Kelamin Konsumen Shopee

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	2	6.7%
2.	Perempuan	28	93.3%
	Total	30	100%

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)



Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

Gambar 3.4 Grafik Jenis Kelamin Konsumen Shopee

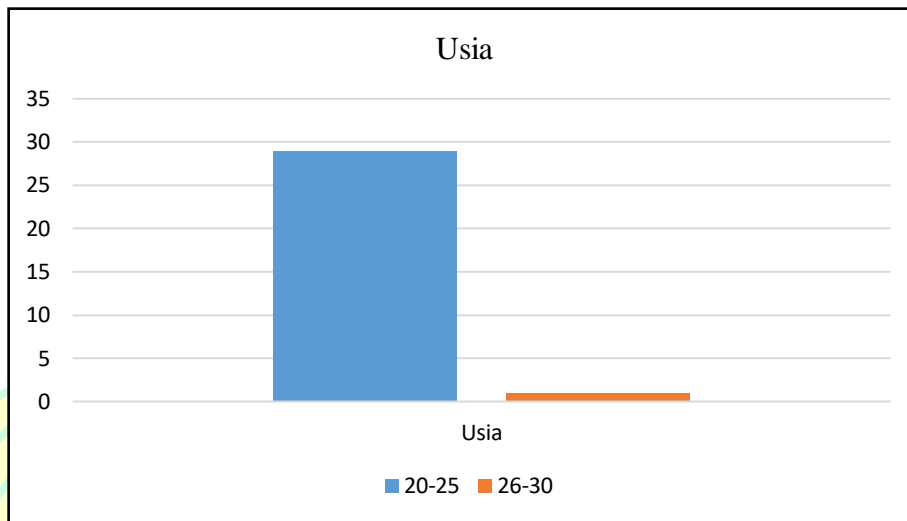
Berdasarkan tabel dan grafik diatas, Konsumen Shopee dominan berjenis kelamin perempuan yaitu sejumlah 28 Responden atau 93.3% dari seluruh responden.

4. Usia

Tabel 3.11 Usia Konsumen Shopee

No	Usia	Jumlah	Persentase
1.	20-25	29	96.7%
2.	26-30	1	3.3%
	Total	30	100%

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)



Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

Gambar 3.5 Grafik Usia Konsumen Shopee

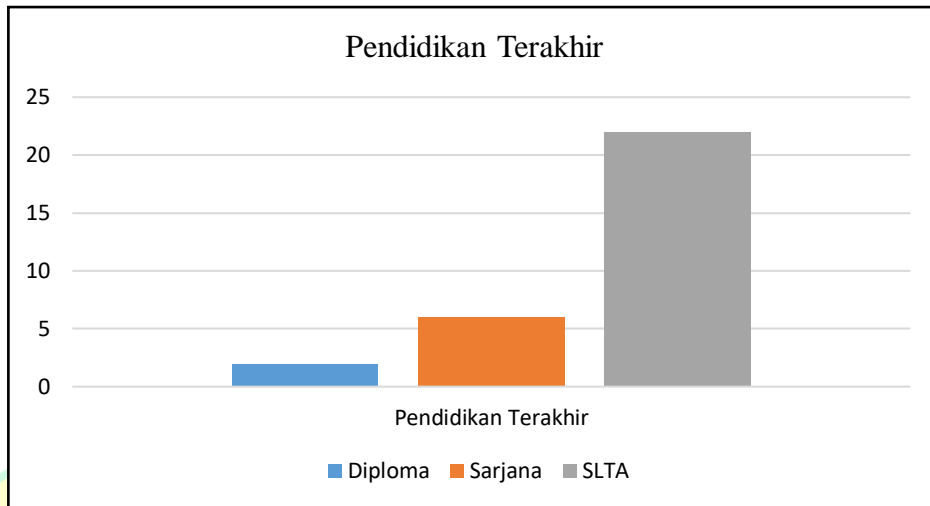
Berdasarkan tabel dan grafik diatas, Konsumen Shopee dominan berkelompok usia 20-25 yaitu sejumlah 29 Responden atau 96.7% dari seluruh responden.

5. Pendidikan Terakhir

Tabel 3.12 Pendidikan Terakhir Konsumen Shopee

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1.	Diploma	2	6.7%
2.	Sarjana	6	20.0%
3.	SLTA	22	73.3%
	Total	30	100%

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)



Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

Gambar 3.6 Grafik Pendidikan Terakhir Konsumen Shopee

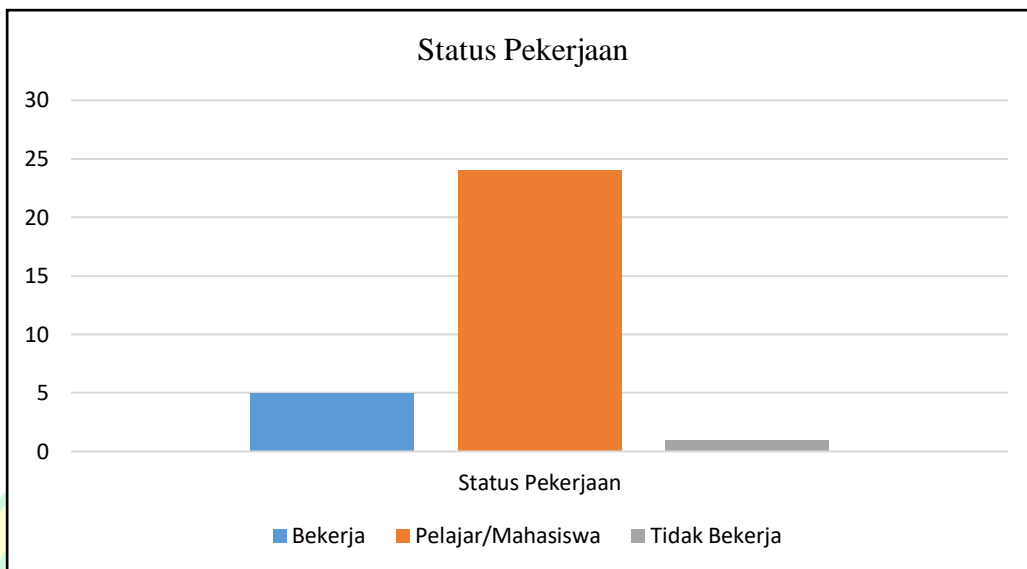
Berdasarkan tabel dan grafik diatas, Konsumen Shopee dominan dengan status pendidikan terakhir SLTA yaitu sejumlah 22 Responden atau 73.3% dari seluruh responden.

6. Status Pekerjaan

Tabel 3.13 Status Pekerjaan Konsumen Shopee

No	Status Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1.	Bekerja	5	16.7%
2.	Pelajar/Mahasiswa	24	80.0%
3.	Tidak Bekerja	1	3.3%
	Total	30	100%

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)



Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

Gambar 3.7 Grafik Status Pekerjaan Konsumen Shopee

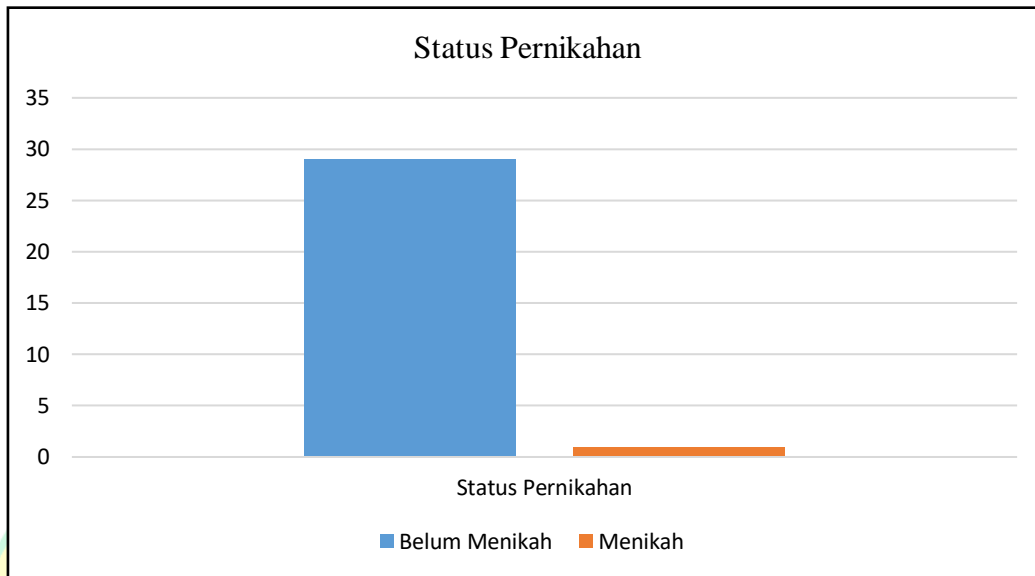
Berdasarkan tabel dan grafik diatas, Konsumen Shopee dominan dengan status pekerjaan Pelajar/Mahasiswa yaitu sejumlah 24 Responden atau 80.0% dari seluruh responden.

7. Status Pernikahan

Tabel 3.14 Status Pernikahan Konsumen Shopee

No	Status Pernikahan	Jumlah	Persentase
1.	Belum Menikah	29	96.7%
2.	Menikah	1	3.3%
	Total	30	100%

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)



Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

Gambar 3.8 Status Pernikahan Konsumen Shopee

Berdasarkan tabel dan grafik diatas, Konsumen Shopee dominan dengan status pernikahan Belum Menikah yaitu sejumlah 29 Responden atau 96.7% dari seluruh responden.

b. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Variabel Kepercayaan

Tabel 3.15 Hasil MSA dan Bartlett's Variabel Kepercayaan

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.671
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	83.383
	df	15
	Sig.	.000

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

Menurut Hair Jr et al., (2019) Analisis faktor telah mencukupi apabila KMO memiliki nilai yang tinggi yaitu >0.5 dan nilai tinggi *Bartlett's Test of Sphericity* (sig)

yaitu <0.5 . Berdasarkan angka dan teori pada tabel diatas, variabel Kepercayaan diakui sudah menangkup nilai tersebut yaitu 0.671 untuk KMO serta 0.000 untuk nilai *Bartlett's Test of Sphericity*.

Tabel 3.16 Hasil Eigenvalues Variabel Kepercayaan

Total Variance Explained							
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	
1	3.165	52.758	52.758	3.165	52.758	52.758	2.871
2	1.377	22.957	75.715	1.377	22.957	75.715	2191
3	.587	9.783	85.498				
4	.497	8.281	93.778				
5	.235	3.919	97.697				
6	.138	2.303	100.000				
Extraction Method: Principal Component Analysis.							

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

Menurut Hair Jr et al., (2019) bahwa untuk mendapati total dimensi dari suatu variabel dengan mengamati dari tiap komponen yang mempunyai nilai total dari *Initial Eigenvalues* adalah >1 . Dari tabel diatas membuktikan bahwa pada komponen pertama dan kedua yang mempunyai total *initial eigenvalues* >1 yaitu bernilai 3.165 dan 1.377. Oleh karena itu, dimensi pada variabel ini sebanyak dua faktor.

Tabel 3.17 Hasil *Factor loading* dan *Cronbach' Alpha* Variabel Kepercayaan

Nama	Pernyataan	<i>Factor loadings</i>		<i>Cronbach's alpha</i>
		1	2	
K5	Saya merasa bahwa Shopee mampu mendistribusikan produk/jasa yang ditawarkan dengan baik	0.861		0.830
K3	Saya merasa fitur yang disediakan oleh Shopee cukup jelas dan dapat dipercaya	0.834		
K6	Saya merasa bahwa Shopee telah memenuhi ekspektasi saya ketika berbelanja	0.796		
K4	Saya percaya bahwa kualitas produk yang ditawarkan oleh Shopee dapat diandalkan	0.735		
K1	Saya yakin bahwa produk yang ditawarkan oleh Shopee berfungsi dengan baik		0.943	0.891
K2	Saya merasa produk yang dihasilkan oleh Shopee memiliki integritas yang baik		0.942	

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

Berdasarkan tabel 3.17 menyatakan bahwa semua item dinyatakan valid karena semua *factor loading* >0.4. Dan dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0.830 dan 0.891 atau melebihi >0.70

2. Variabel Kegunaan Yang Dirasakan

Tabel 3.18 Hasil MSA dan Bartlett's Variabel Kegunaan Yang Dirasakan

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.680
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	39.460
	df	10
	Sig.	.000

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

Menurut Hair Jr et al., (2019) Analisis faktor telah mencukupi apabila KMO memiliki nilai yang tinggi yaitu >0.5 dan nilai tinggi *Bartlett's Test of Sphericity* (sig) yaitu <0.5 . Berdasarkan angka dan teori pada tabel diatas, variabel Kegunaan Yang Dirasakan diakui sudah menangkup nilai tersebut yaitu 0.680 untuk KMO dan 0.000 untuk nilai *Bartlett's Test of Sphericity*.

Tabel 3.19 Hasil Eigenvalues Variabel Kegunaan Yang Dirasakan

Total Variance Explained							
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	2,578	51,569	51,569	2,578	51,569	51,569	2,359
2	1,029	20,584	72,153	1,029	20,584	72,153	1,790
3	,673	13,456	85,609				
4	,415	8,308	93,917				
5	,304	6,083	100,000				
Extraction Method: Principal Component Analysis.							

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

Menurut Hair Jr et al., (2019) bahwa untuk mendapati total dimensi dari suatu variabel dengan mengamati dari tiap komponen yang mempunyai nilai total dari *Initial*

Eigenvalues adalah >1 . Dari tabel diatas membuktikan bahwa pada komponen pertama dan kedua yang mempunyai total *initial eigenvalues* >1 yaitu bernilai 2.578 dan 1.029. Oleh karena itu, dimensi pada variabel ini sebanyak dua faktor.

Tabel 3.20 Hasil *Factor loading* dan *Cronbach' Alpha* Variabel Kegunaan Yang Dirasakan

Nama	Pernyataan	<i>Factor loadings</i>		<i>Cronbach's alpha</i>
		1	2	
KD2	Aplikasi Shopee dapat meningkatkan kinerja saya dalam berbelanja	0.878		0.799
KD3	Menggunakan Shopee dapat meningkatkan keefektivitasan saya dalam berbelanja	0.852		
KD1	Informasi yang diberikan oleh Shopee sangat berkualitas	0.793		
KD5	Transaksi berbelanja <i>online</i> di Shopee lebih praktis		0.865	0.605
KD4	Barang-barang yang dicari di Shopee dapat berguna bagi saya		0.834	

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

Berdasarkan tabel 3.20 menyatakan bahwa semua item dinyatakan valid karena semua *factor loading* >0.4 . Dan dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0.799 dan 0.605 melebihi >0.70 dan >0.60

3. Variabel Niat Membeli Ulang

Tabel 3.21 Hasil MSA dan Bartlett's Variabel Niat Membeli Ulang

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.709
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	34.204
	df	10
	Sig.	.000

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

Menurut Hair Jr et al., (2019) Analisis faktor telah mencukupi apabila KMO memiliki nilai yang tinggi yaitu >0.5 dan nilai tinggi *Bartlett's Test of Sphericity* (sig) yaitu <0.5 . Berdasarkan angka dan teori pada tabel diatas, variabel Niat Membeli Ulang diakui sudah menangkup nilai tersebut yaitu 0.709 untuk KMO dan 0.000 untuk nilai *Bartlett's Test of Sphericity*.

Tabel 3.22 Hasil Eigenvalues Variabel Niat Membeli Ulang

Total Variance Explained						
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.506	50.121	50.121	2.506	50.121	50.121
2	.966	19.324	69.445			
3	.747	14.931	84.376			
4	.411	8.210	92.587			
5	.371	7.413	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

Menurut Hair Jr et al., (2019) bahwa untuk mendapati total dimensi dari suatu variabel dengan mengamati dari tiap komponen yang mempunyai nilai total dari *Initial Eigenvalues* adalah >1 . Dari tabel diatas membuktikan bahwa hanya pada komponen

pertama yang mempunyai total *initial eigenvalues* >1 yaitu bernilai 2.506. Oleh karena itu, dimensi pada variabel ini tidak ada.

Tabel 3.23 Hasil *Factor loading* dan *Cronbach' Alpha* Variabel Niat Membeli Ulang

Nama	Pernyataan	<i>Factor loading</i>
		1
NMU5	Saya akan melanjutkan belanja <i>online</i> di Shopee lebih banyak	0.841
NMU3	Saya ingin terus menggunakan aplikasi belanja <i>online</i> Shopee daripada menghentikannya	0.806
NMU1	Saya berencana untuk membeli produk yang sama di Shopee	0.694
NMU4	Saya lebih memilih berbelanja di aplikasi Shopee daripada belanja secara tradisional	0.656
NMU2	Saya berencana untuk mencoba produk lain di Shopee	0.485
<i>Cronbach's alpha</i>		0.708

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

Berdasarkan tabel 3.23 menyatakan bahwa semua item dinyatakan valid karena semua *factor loading* >0.4. Dan dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0.708 atau melebihi >0.70