

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

##### **3.1.1 Waktu Penelitian**

Selama kurun waktu enam bulan mulai dari bulan Januari 2021 hingga bulan Juni 2021 waktu yang diambil oleh peneliti untuk dilakukan penelitian. Waktu diatas dirasa tepat karena pada bulan tersebut pandemi covid-19 masih berlangsung membuat tingginya minat masyarakat menggunakan jasa pengiriman dalam bertransaksi online seperti pengiriman barang, dokumen dan lain lain.

##### **3.1.2 Tempat Penelitian**

Wilayah Jakarta dipilih sebagai tempat penelitian dengan kriteria masyarakat pengguna SiCepat Ekspres sebagai jasa pengiriman barang saat melakukan pembelian lewat *e-commerce*. Survei MarkPlus, Inc mengemukakan bahwa Jakarta merupakan wilayah pengguna jasa pengiriman terbanyak hal tersebut menjadi alasan peneliti memilih Jakarta dan digunakan kuesioner dalam bentuk *google form* dikarenakan keadaan dan kondisi yang tidak mungkin untuk melakukan penelitian secara langsung.

#### **3.2 Desain Penelitian**

##### **3.2.1 Metode**

Menurut Sugiyono (2019, p. 2) cara ilmiah berguna untuk memperoleh suatu data demi kegunaan tertentu atau disebut metode

penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Creswell dalam Kusumastuti *et al.*,(2020, p. 2) metode kuantitatif adalah suatu metode berguna dalam menguji teori dengan cara mengidentifikasi hubungan antar variabel. Guna mengetahui hubungan antar variabel sesuai capaian tujuan penelitian ini maka dari itu digunakanlah metode tersebut.

### 3.2.2 Konstelasi Hubungan Antar Variabel

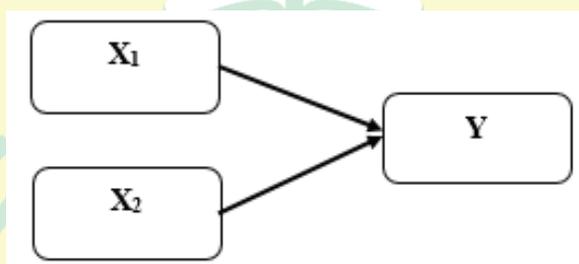
Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya bahwa:

**H1** : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan

**H2** : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan

Konstelasi hubungan antar variabel pada penelitian ini:

**Gambar 3. 1 Konstelasi Hubungan antar Variabel**



Sumber: Diolah oleh penulis

Keterangan:

Variabel bebas ( $X_1$ ) : Harga

Variabel bebas ( $X_2$ ) : Kepercayaan

Variabel terikat ( $Y$ ) : Kepuasan Pelanggan

—————> : Arah hubungan

## 3.3 Populasi dan Sampel

### 3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019, p. 126) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri: objek maupun subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Jadi populasi bukan hanya manusia melainkan bisa berupa obyek atau benda alam lainnya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Jakarta khususnya pengguna jasa pengiriman SiCepat Ekspres.

### 3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2019, p. 127) sampel yaitu sebagian dari populasi yang digunakan untuk penelitian. Sampel yang diambil pada penelitian ini yaitu masyarakat yang berdomisili di wilayah Jakarta dan merupakan pengguna SiCepat Ekspres dalam bertransaksi melalui *e-commerce*.

*Non probability sampling* dipilih sebagai teknik pengambilan sampel artinya sampel tidak akan diberikan kesempatan yang sama (Sugiyono, 2019, p. 131). Tujuan ialah memperoleh sampel yang tepat sesuai dengan kriteria yang ditentukan sebelumnya.

- a. Berdomisili di Jakarta,
- b. Pengguna SiCepat Ekspres dalam melakukan transaksi melalui *e-commerce*.

Masyarakat di Jakarta pengguna SiCepat dalam bertransaksi melalui *e-commerce* dengan jumlah 200 yang dipilih sebagai sampel dalam penelitian ini.

### 3.4 Pengembangan Instrumen

Pada prinsipnya meneliti yaitu melakukan pengukuran, maka membutuhkan alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian disebut instrumen penelitian (Sugiyono, 2019, p. 156). Penelitian ini meneliti tiga variabel, yaitu harga, kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Adapun instrumennya yang digunakan untuk mengukur ke empat variabel tersebut, adalah.

#### 3.4.1 Kepuasan Pelanggan

##### a. Definisi Konseptual Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja dengan harapan atas produk atau jasa yang diterima, perbandingan tersebut akan menghasilkan perasaan senang atau kecewa pada diri pelanggan. Pelanggan akan merasa senang atau puas apabila kinerja melebihi harapannya dan sebaliknya pelanggan akan merasa kecewa atau tidak puas apabila kinerja yang diperoleh dibawah harapan. Kepuasan pelanggan satu dengan yang lain akan berbeda sesuai dengan keinginan, persepsi dan kebutuhan konsumen tersebut.

##### b. Definisi Operasional Kepuasan Pelanggan

Dalam mengukur variabel kepuasan pelanggan terdapat tiga indikator yaitu kinerja (*perceived performance*), harapan (*expectations*), kepuasan menyeluruh (*overall satisfaction*).

##### c. Kisi-kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan.

Dibawah ini merupakan kisi-kisi untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan dan terdapat butir pernyataan yang digunakan setelah uji validitas dan uji reliabilitas.

**Tabel 3. 1 Kisi-Kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan**

Dimensi	Indikator	Pernyataan Original	Pernyataan Adaptasi	Sumber
Variabel (Y) Kepuasan Pelanggan	1. <i>Subjective Disconfirmation</i>	1. Kinerja ( <i>Perceived Performance</i> )	1. Kecepatan pelayanan karyawan dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan 2. I am satisfied with responsive hotel employees	(Adirestuty, 2019; Dharma, 2013)
	2. <i>Expectation</i>	2. Harapan ( <i>Expectation</i> )	3. The Islamic Banks exceed your expectations in offering 4. Products purchased online have measured up to my expectations	
	3. <i>Performance Outcomes</i>	3. Kepuasan Menyeluruh ( <i>Overall Satisfaction</i> )	5. The overall feeling I got from this restaurant was satisfying 6. I am satisfied with quality of product received through online purchase	(Suhud & Wibowo, n.d.; Tandon & Kiran, 2019)

Sumber: Diolah oleh penulis

Skala *likert* point lima digunakan dalam penelitian ini dan disediakan lima pilihan jawaban untuk kemudian responden diminta memilih salah satunya. Skala *likert* yang digunakan yaitu sebagai berikut.

**Tabel 3. 2 Skala Penilaian Instrumen Kepuasan Pelanggan**

Alternatif Pilihan Jawaban	Positif (+)	Negatif (-)
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Ragu-ragu (RG)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber: (Sugiyono, 2019, p. 147)

d. Validasi Instrumen Kepuasan Pelanggan

Pertama-tama menyusun instrumen berbentuk kuesioner dengan mengacu pada indikator yang ada di tabel 3.1 sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan. Selanjutnya diuji coba kepada 30 responden pengguna jasa pengiriman SiCepat yang berdomisili di Jakarta dengan karakteristik yang telah ditentukan.

Menurut (Duli, 2019, p. 104) validitas merupakan tolak ukur paling kritis yang menunjukkan sejauh mana instrumen dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Rumus yang dapat digunakan menurut (Riadi, 2016, p. 208) adalah.

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = koefisien korelasi antara X dan Y

$n$  = jumlah sampel

$\sum xy$  = jumlah total data XY

$\sum x$  = jumlah total data variabel X

$\sum y$  = jumlah total data variabel Y

Batas minimum pernyataan yang diterima yaitu  $r_{\text{tabel}} = 0,361$ . Jika  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ , maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika  $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$  butir pernyataan tersebut dianggap tidak valid dan tidak dapat digunakan (Ghozali, 2019).

Perhitungan validitas menggunakan rumus *pearson product moment*. Berdasarkan hasil uji validitas kuesioner uji coba dengan enam butir pernyataan diperoleh hasil sebesar 0,856 butir pertama, 0,839 butir kedua, 0,741 butir ketiga, 0,686 butir keempat, 0,879 butir kelima, dan 0,756 butir keenam dengan  $r_{\text{tabel}}$  sebesar 0,361. Jumlah  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  pada setiap butir pernyataan, maka semua butir pernyataan dikatakan valid.

Kemudian untuk menghitung reliabilitas digunakan rumus *alpha cronbach* ( $\alpha$ ) dengan dasar keputusan yang digunakan menurut (Ghozali, 2019):

- 1) Jika nilai *Alpha Cronbach's*  $> 0,70$  dikatakan reliabel.
- 2) Jika nilai *Alpha Cronbach's*  $< 0,70$  dikatakan tidak reliabel.

Reliabilitas adalah alat ukur yang dipergunakan guna mengukur memastikan agar hasil tetap konsisten jika dilakukan pengukuran lebih dari dua kali dengan gejala dan alat ukur yang tetap sama (Duli, 2019, p. 127). Rumus untuk menguji reliabilitas *Alpha Cronbach* menurut (Riadi, 2016, p. 218) adalah sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} X \left( 1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right)$$

Keterangan:

a = koefisien reliabilitas

k = jumlah butir valid

$\sum Si^2$  = varians butir

$St^2$  = varians total

Pada varians butir dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

$Si^2$  = simpangan baku

n = jumlah populasi

$\sum xi^2$  = jumlah kuadrat data X

$\sum xi$  = jumlah data

Hasil perhitungan uji reliabilitas instrumen dari kuesioner uji coba memperoleh nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,879. Maka, dapat dikatakan variabel kepuasan pelanggan dengan enam instrumen dinyatakan reliabel.

### 3.4.2 Harga

#### a. Definisi Konseptual Harga

Harga merupakan nilai dari suatu produk atau jasa berbentuk nominal yang harus dikorbankan atau dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk atau jasa yang diinginkan, sedangkan bagi produsen atau pedagang harga dapat

menghasilkan pendapatan atau sebagai pemasukan bagi produsen tersebut.

#### b. Definisi Operasional Harga

Dalam mengukur variabel harga terdapat empat indikator yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat dan harga sesuai kemampuan/daya saing harga.

#### c. Kisi-kisi Instrumen Harga

Dibawah ini merupakan kisi-kisi untuk mengukur variabel harga dan terdapat butir pernyataan yang digunakan setelah uji validitas dan uji reliabilitas.

**Tabel 3. 3 Kisi-Kisi Instrumen Harga**

	Dimensi	Indikator	Pernyataan Original	Pernyataan Adaptasi	Sumber
Variabel (X1) Harga	1. <i>Demand oriented pricing</i>	1. Keterjangkauan Harga	1. Harga produk teh siap minum terjangkau dengan pendapatan konsumen	1. Harga jasa pengiriman SiCepat terjangkau sesuai pendapatan saya	(Harjati & Venesia, 2015)
			2. Harga tiket Tiger Air Mandala sesuai dengan kualitasnya	2. Harga jasa pengiriman SiCepat yang saya dapat sesuai dengan kualitasnya	(Harjati & Venesia, 2015; Lembang, 2010)
	2. <i>Cost oriented pricing</i>	3. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	3. Harga produk teh siap minum sesuai dengan hasil yang diinginkan	3. Harga jasa pengiriman SiCepat yang saya dapat sesuai dengan hasil yang diinginkan	
			4. Harga tiket Tiger Air Mandala sesuai dengan manfaat yang disediakan	4. Harga jasa pengiriman SiCepat sesuai dengan manfaat yang saya dapat	(Harjati & Venesia, 2015; Lembang, 2010)
			5. Harga produk teh siap minum memiliki manfaat yang bagus dibanding produk lain	5. Saya merasa harga jasa pengiriman SiCepat memiliki manfaat yang bagus dibanding jasa kirim lain	

3. <i>Competition oriented pricing</i>	4. Harga sesuai Kemampuan/Daya Saing Harga	6. Harga jual semen lebih murah daripada pesaing	6. Saya merasa harga jasa pengiriman SiCepat lebih murah daripada jasa kirim lain	(Dharma, 2013; Lembang, 2010)
		7. Harga produk teh siap minum lebih ekonomis	7. Saya merasa harga jasa pengiriman SiCepat lebih ekonomis	

Sumber: Diolah oleh penulis

Skala *likert* point lima digunakan dalam penelitian ini dan disediakan lima pilihan jawaban untuk kemudian responden diminta memilih salah satunya. Skala *likert* yang digunakan yaitu sebagai berikut.

**Tabel 3. 4 Skala Penilaian Instrumen Harga**

Alternatif Pilihan Jawaban	Positif (+)	Negatif (-)
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Ragu-ragu (RG)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber: (Sugiyono, 2019, p. 147)

#### d. Validasi Instrumen Harga

Pertama-tama menyusun instrumen berbentuk kuesioner dengan mengacu pada indikator yang ada di tabel 3.3 sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel harga. Selanjutnya akan diuji coba kepada 30 responden pengguna jasa pengiriman SiCepat yang berdomisili di Jakarta dengan karakteristik yang telah ditentukan.

Menurut (Duli, 2019, p. 104) validitas merupakan tolak ukur paling kritis yang menunjukkan sejauh mana instrumen dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Rumus yang dapat digunakan menurut (Riadi, 2016, p. 208) adalah.

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = koefisien korelasi antara X dan Y

$n$  = jumlah sampel

$\sum xy$  = jumlah total data XY

$\sum x$  = jumlah total data variabel X

$\sum y$  = jumlah total data variabel Y

Batas minimum pernyataan yang diterima yaitu  $r_{tabel} = 0,361$ . Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  butir pernyataan tersebut dianggap tidak valid dan tidak dapat digunakan (Ghozali, 2019).

Perhitungan validitas menggunakan rumus *pearson product moment*. Berdasarkan hasil uji validitas kuesioner uji coba dengan tujuh butir pernyataan untuk variabel harga, diperoleh hasil sebesar 0,743 butir pertama, 0,832 butir kedua, 0,738 butir ketiga, 0,875 butir keempat, 0,904 butir kelima, 0,821 butir keenam dan 0,930 butir ketujuh dengan  $r_{tabel}$  sebesar 0,361. Jumlah  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada setiap butir pernyataan, maka semua butir pernyataan dikatakan valid.

Kemudian untuk menghitung reliabilitas digunakan rumus *alpha cronbach* ( $\alpha$ ) dengan dasar keputusan yang digunakan menurut (Ghozali, 2019):

- 1) Jika nilai *Alpha Cronbach's*  $> 0,70$  dikatakan reliabel.

2) Jika nilai *Alpha Cronbach's*  $< 0,70$  dikatakan tidak reliabel.

Realibilitas adalah alat ukur yang dipergunakan guna mengukur memastikan agar hasil tetap konsisten jika dilakukan pengukuran lebih dari dua kali dengan gejala dan alat ukur yang tetap sama (Duli, 2019, p. 127). Rumus untuk menguji reliabilitas *Alpha Cronbach* menurut (Riadi, 2016, p. 218) adalah sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} X \left( 1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right)$$

Keterangan:

a = koefisien reliabilitas

k = jumlah butir valid

$\sum Si^2$  = varians butir

$St^2$  = varians total

Pada varians butir dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

$Si^2$  = simpangan baku

n = jumlah populasi

$\sum xi^2$  = jumlah kuadrat data X

$\sum xi$  = jumlah data

Hasil perhitungan uji reliabilitas instrumen dari kuesioner uji coba memperoleh nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,879. Maka, dapat dikatakan variabel kepuasan pelanggan dengan enam instrumen dinyatakan reliabel.

### 3.4.3 Kepercayaan

#### a. Definisi Konseptual Kepercayaan

Kepercayaan merupakan suatu kesediaan satu pihak menerima suatu resiko dari pihak lain yang dipercaya didasarkan atas keyakinan dan harapan bahwa pihak yang dipercaya dapat diandalkan serta melakukan tindakan yang sesuai dengan kewajiban dan harapan, meskipun kedua belah pihak belum mengenal satu sama lain.

#### b. Definisi Operasional Kepercayaan

Dalam mengukur variabel kepercayaan terdapat lima indikator yaitu kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*), *willingness to depend* dan *subjective probability of depending*.

#### c. Kisi-kisi Instrumen Kepercayaan

Dibawah ini merupakan kisi-kisi untuk mengukur variabel kepercayaan dan terdapat butir pernyataan yang digunakan setelah uji validitas dan uji reliabilitas.

Tabel 3. 5 Kisi-Kisi Instrumen Kepercayaan

	Dimensi	Indikator	Pernyataan Original	Pernyataan Adaptasi	Sumber
Variabel (X2) Kepercayaan	1. <i>Trusting Belief</i>	1. Kemampuan ( <i>ability</i> )	1. Anda percaya karyawan Starbucks The Square mampu memenuhi kebutuhan anda	1. Karyawan SiCepat mampu memenuhi kebutuhan saya	(Adji et al., 2014; Taufique et al., 2016)
			2. The labels are genuinely committed to environmental protection	2. Saya percaya SiCepat benar-benar berkomitmen untuk perlindungan barang yang dikirim	
		2. Kebaikan hati ( <i>benevolence</i> )	3. Anda percaya karyawan Starbucks The Square bersedia melayani permintaan saya	3. Karyawan SiCepat bersedia melayani permintaan saya	
		3. Integritas ( <i>integrity</i> )	4. Anda percaya karyawan Starbucks The Square bersikap jujur	4. Saya percaya karyawan SiCepat bersikap jujur	(Adji et al., 2014; Falahat et al., 2019)
		5. I believe this vendor's website provides reliable information.	5. Saya percaya karyawan SiCepat memberikan informasi yang dapat diandalkan		
	2. <i>Trusting Intention</i>	4. <i>Willingness to depend</i>	6. Anda bersedia menerima resiko yang mungkin terjadi	6. Saya bersedia menerima resiko yang mungkin terjadi saat menggunakan jasa pengiriman SiCepat	(Adji et al., 2014)
		5. <i>Subjective probability of depending</i>	7. Anda bersedia menerima saran atau permintaan dari penjual	7. Saya bersedia menerima saran atau permintaan dari pihak SiCepat	

Sumber: Diolah oleh penulis

Skala *likert* point lima digunakan dalam penelitian ini dan disediakan lima pilihan jawaban untuk kemudian responden diminta memilih salah satunya. Skala *likert* yang digunakan yaitu sebagai berikut.

**Tabel 3. 6 Skala Penilaian Instrumen Kepercayaan**

Alternatif Pilihan Jawaban	Positif (+)	Negatif (-)
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Ragu-ragu (RG)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber: (Sugiyono, 2019, p. 147)

#### d. Validasi Instrumen Kepercayaan

Pertama-tama menyusun instrumen berbentuk kuesioner dengan mengacu pada indikator yang ada di tabel 3.5 sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel kepercayaan. Selanjutnya akan diuji coba kepada 30 responden pengguna jasa pengiriman SiCepat yang berdomisili di Jakarta dengan karakteristik yang telah ditentukan.

Menurut (Duli, 2019, p. 104) validitas merupakan tolak ukur paling kritis yang menunjukkan sejauh mana instrumen dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Rumus yang dapat digunakan menurut (Riadi, 2016, p. 208) adalah :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = koefisien korelasi antara X dan Y

n = jumlah sampel

$\sum xy$  = jumlah total data XY

$\sum x$  = jumlah total data variabel X

$\sum y$  = jumlah total data variabel Y

Batas minimum pernyataan yang diterima yaitu  $r_{tabel} = 0,361$ . Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  butir pernyataan tersebut dianggap tidak valid dan tidak dapat digunakan (Ghozali, 2019).

Perhitungan validitas menggunakan rumus *pearson product moment*. Berdasarkan hasil uji validitas kuesioner uji coba dengan tujuh butir pernyataan untuk variabel kepercayaan, diperoleh hasil sebesar 0,897 butir pertama, 0,875 butir kedua, 0,734 butir ketiga, 0,894 butir keempat, 0,906 butir kelima, 0,875 butir keenam dan 0,824 butir ketujuh dengan  $r_{tabel}$  sebesar 0,361. Jumlah  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada setiap butir pernyataan, maka semua butir pernyataan dikatakan valid.

Kemudian untuk menghitung reliabilitas digunakan rumus *alpha cronbach* ( $\alpha$ ) dengan dasar keputusan yang digunakan menurut (Ghozali, 2019):

- 1) Jika nilai *Alpha Cronbach's*  $> 0,70$  dikatakan reliabel.
- 2) Jika nilai *Alpha Cronbach's*  $< 0,70$  dikatakan tidak reliabel.

Reliabilitas adalah alat ukur yang dipergunakan guna mengukur memastikan agar hasil tetap konsisten jika dilakukan pengukuran lebih dari dua kali dengan gejala dan alat ukur yang tetap sama (Duli, 2019, p. 127). Rumus untuk menguji reliabilitas *Alpha Cronbach* menurut (Riadi, 2016, p. 218) adalah sebagai berikut:

$$a = \frac{k}{k-1} X \left( 1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right)$$

Keterangan:

a = koefisien reliabilitas

k = jumlah butir valid

$\sum Si^2$  = varians butir

$St^2$  = varians total

Pada varians butir dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

$Si^2$  = simpangan baku

n = jumlah populasi

$\sum xi^2$  = jumlah kuadrat data X

$\sum xi$  = jumlah data

Hasil perhitungan uji reliabilitas instrumen dari kuesioner uji coba memperoleh nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,879. Maka, dapat dikatakan variabel kepuasan pelanggan dengan enam instrumen dinyatakan reliabel.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019, p. 57) metode survei merupakan salah satu metode yang ada di pendekatan kuantitatif dengan tujuan memperoleh data di masa lalu/saat ini mengenai perilaku, pendapat, ciri-ciri, keyakinan,

hubungan variabel dan menguji hipotesis tertentu, teknik pengumpulan data menggunakan pengamatan (wawancara/kuisoner).

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan survei yang dilakukan dengan menggunakan kuesioner untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dengan jenis kuesioner online melalui bantuan *google formulir*. Kuesioner adalah pengumpulan data dengan menyebar seperangkat pernyataan tertulis kepada target responden untuk dijawab (Sugiyono, 2019, p. 199).

### **3.6 Teknik Analisis Data**

#### **1. Analisis Deskriptif**

Menurut buku Sitoayu et al. (2020, p. 92) analisis deskriptif merupakan pengolahan data yang tujuannya untuk memberikan gambaran mengenai objek yang akan diteliti melalui data pada sampel atau populasi. Statistika deskriptif berkaitan dengan memberikan keterangan-keterangan atas data atau keadaan tertentu. Pada penelitian ini akan disajikan data berupa tabel atau grafik serta perhitungan data menggunakan frekuensi dan presentase.

#### **2. Uji Persyaratan Analisis**

##### **a. Uji Normalitas**

Melihat nilai residual berdistribusi normal atau tidak merupakan fungsi dari Uji Normalitas (Duli, 2019, p. 114). *Kolmogorov Smirnov* dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut yang akan digunakan dalam penelitian ini:

- 1) Jika nilai signifikan  $>0,05$  maka data dikatakan normal

- 2) Jika nilai signifikan  $<0,05$  maka data tidak bisa dikatakan normal

b. Uji Linearitas

Dalam melihat ada atau tidaknya hubungan linear pada model yang dibangun diperlukan uji linearitas (Duli, 2019, p. 127). Dengan kriteria sebagai berikut.

- 1) Apabila signifikansi  $>0,05$  maka  $H_0$  diterima berarti data tidak linear
- 2) Apabila signifikansi  $<0,05$  maka  $H_0$  ditolak berarti data linear

**3. Persamaan Regresi Linear Sederhana**

Digunakan dalam memprediksi/menguji apakah ada hubungan sebab akibat serta sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Duli, 2019, p. 167). Persamaan umum rumus regresi linear sederhana sebagai berikut.

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan:

$\hat{Y}$  = variabel terikat

X = variabel bebas

a = konstanta (nilai Y apabila X= 0)

b = koefisien regresi variabel bebas

**4. Uji Hipotesis**

Ghozali (2018, p. 88) Uji t merupakan uji hipotesis yang digunakan berguna menguji pengaruh antara variabel bebas dan terikat secara parsial.

- a.  $H_0 : b_1 = b_2 = 0$ , berarti tidak ada pengaruh antara variabel X dan Y
- b.  $H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$ , berarti ada pengaruh antara variabel X dan Y

Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a.  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau nilai probabilitas signifikansi  $> 0,05$
- b.  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai probabilitas signifikansi  $< 0,05$

Adanya pengaruh yang signifikan dilambangkan dengan penolakan  $H_0$  dan sebaliknya.

### 5. Analisis Koefisien Korelasi Person

Korelasi pearson berfungsi untuk mengukur kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Analisis korelasi pearson ini dilakukan dengan menggunakan software IBM SPSS Statistics (Riduwan & Sunarto, 2015).

Dasar pengambilan keputusan menggunakan korelasi person adalah sebagai berikut.

- a. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka berkorelasi
- b. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka tidak berkorelasi

Dalam menafsirkan hasil dari penelitian korelasi yaitu.

**Tabel 3. 7 Koefisien Korelasi dan Tingkat Hubungan**

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.199	Sangat rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.00	Sangat kuat

Sumber: (Sugiyono, 2019)

## 6. Perhitungan Koefisien Determinasi

Menurut Sutomo (2012) determinasi dilambangkan  $R^2$  dan digunakan untuk mengidentifikasi keterlibatan/kontribusi dari variabel bebas terhadap variabel terikat dengan rentang antara 0 (nol) dan 1 (satu). Semakin mendekati satu artinya semakin berpengaruh dan sebaliknya. (Lembang, 2010, p. 69).

