

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dirumuskan oleh peneliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data empiris dan fakta-fakta yang tepat (sahih, benar dan valid), serta reliabel (dapat dipercaya dan dapat diandalkan) tentang :

1. Hubungan antara kepercayaan konsumen dengan niat pembelian ulang
2. Hubungan antara persepsi manfaat dengan niat pembelian ulang

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian dilaksanakan pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Alasan peneliti melakukan penelitian di tempat tersebut karena berdasarkan *survei* awal yang peneliti lakukan bahwa di tempat tersebut terdapat masalah mengenai niat pembelian ulang di Tokopedia.com yang berkaitan dengan kepercayaan dan persepsi manfaat dalam berbelanja *online*.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan selama 7 (tujuh) bulan, yaitu terhitung dari bulan Januari sampai dengan Juli 2017. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian karena jadwal perkuliahan

peneliti sudah tidak padat dan sesuai dengan kalender perkuliahan aktif di Fakultas Ekonomi, sehingga akan mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian dan peneliti dapat mencurahkan perhatian pada pelaksanaan penelitian.

C. Metode Penelitian

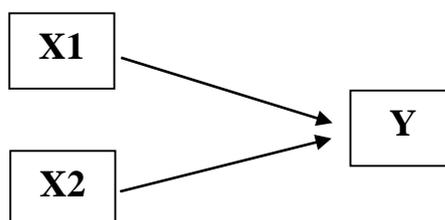
1. Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono metode kuantitatif adalah.

Metode dengan data yang dinyatakan dalam bentuk angka, data kuantitatif dibagi menjadi 2, yaitu data *diskrit/nominal* dan data *kontinum*". Data *nominal* adalah data yang hanya dapat digolong-golongkan secara terpisah, secara diskrit atau kategori, sedangkan data *kontinum* data yang bervariasi menurut tingkatan dan ini diperoleh dari hasil pengukuran⁴².

2. Kontelasi Hubungan Antar Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa terdapat hubungan yang positif antara variabel X1 (Kepercayaan Konsumen), X2 (Persepsi Manfaat) dengan variabel Y (Niat Pembelian Ulang).Maka, konstelasi hubungan antar variabel X dan variabel Y dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar III. 1 Konstelasi antar Variabel

⁴²Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Cetakan Ke-20 ed. (Bandung: Alfabeta, 2014), p. 70

Keterangan:

Variabel Bebas (X1) : Kepercayaan

Variabel Bebas (X2) : Persepsi Manfaat

Variabel Terikat (Y) : Niat Pembelian Ulang

—————→ : Arah Hubungan

D. Populasi dan Sampling

1. Populasi

Menurut Sugiyono, “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”⁴³

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Hal ini dikarenakan bahwa, setelah melakukan survai awal melalui kuesioner *online* pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga, terdapat mahasiswa yang pernah melakukan pembelian secara *online* di Tokopedia.com dan memiliki kemungkinan paling tinggi untuk berniat melakukan pembelian ulang di Tokopedia.com.

⁴³ *Ibid*, h.119

2. Sampel

Menurut Sugiyono dalam bukunya menyatakan bahwa “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”⁴⁴.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono definisi dari *Purposive Sampling* adalah “Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, misalnya akan melakukan penelitian tentang kualitas makanan, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli makanan atau penelitian tentang kondisi politik di suatu daerah, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli politik”⁴⁵.

Dari penjelasan yang dikemukakan oleh Sugiyono maka kriteria dari sampel yang diinginkan adalah mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta yang pernah berbelanja *online* di Tokopedia.com dengan jumlah sebanyak 114 orang mahasiswa.

⁴⁴ *Ibid.*, h. 81.

⁴⁵ *Ibid.*, h. 85.

Tabel III. 1
Data Perincian Sampel

No	Kelas	Sampel
1	TN A 13	30
2	TN B 13	28
3	TN A 14	27
4	TN B 14	29
Jumlah Siswa		114

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini meneliti tiga variabel yaitu kepercayaan konsumen (X_1), persepsi manfaat (X_2) dengan niat pembelian ulang (Y). Adapun instrumen untuk mengukur ketiga variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Niat Pembelian Ulang

a. Definisi Konseptual

Niat pembelian ulang adalah keinginan seseorang untuk berbelanja ulang terhadap suatu produk atau jasa di tempat yang sama dan merupakan hasil dari evaluasi seseorang terhadap pembelian sebelumnya yang dapat memicu niat pembelian yang berikutnya.

b. Definisi Operasional

Niat pembelian ulang dapat diukur menggunakan beberapa indikator: indikator pertama yaitu minat transaksional dengan sub indikator adalah pembelian ulang melalui toko *online*, kecenderungan berbelanja ulang indikator kedua yaitu minat prefrensial dengan sub indikator adalah tanggapan pribadi, acuan berbelanja. indikator ketiga yaitu minat eksploratif dengan sub indikator adalah mencari informasi

positif *web*, mencari informasi produk yang diminati. indikator keempat yaitu pengalaman konsumen dengan sub indikator adalah merencanakan untuk membeli produk yang sama, merencanakan untuk mencoba produk lain, merencanakan untuk membeli lebih banyak produk yang sama ataupun produk lain.

c. Kisi-kisi Instrumen Niat Pembelian Ulang

Kisi-kisi instrumen niat pembelian ulang yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk uji coba dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel niat pembelian ulang.

Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan untuk uji validasi dan reliabilitas. Kisi-kisi instrumen niat pembelian ulang dapat dilihat pada tabel kisi-kisi instrumen niat pembelian ulang. Untuk mengisi setiap butir indikator pernyataan dalam instrumen penelitian.

Responden dapat memilih salah satu dari lima alternatif yang telah disediakan seperti pada tabel mengenai skala likert, sesuai dengan tingkat jawaban yang paling sesuai dengan diri responden.

Tabel III. 2
Kisi-Kisi Instrumen Niat Pembelian Ulang

Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	Butir Valid		Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Minat Transaksional	Pembelian ulang melalui toko <i>online</i>	1 3	2	-	1 3	2	1 3	2
	Kecenderungan berbelanja ulang	4 5	6	-	4 5	6	4 5	6
Minat Prefrensial	Tanggapan pribadi	7 8 10	9	10	7 8	9	7 8	9
	Acuan berbelanja	11 12 13	14	11	12 13	14	10 11	12
Minat Eksploratif	Mencari informasi positif <i>web</i>	15 16	17	-	15 16	17	13 14	15
	Mencari informasi produk yang diminati	18 19	20	-	18 19	20	16 17	18
Pengalaman Konsumen	Merencanakan untuk membeli produk yang sama	21 22 23	24	23 24	21 22	-	19 20	-
	Merencanakan untuk mencoba produk lain	25 26	27	25	26	27	21	22
	Merencanakan untuk membeli lebih banyak produk yang sama ataupun produk lain	28 29	30	30	28 29	-	23 24	-

Sumber: diolah oleh peneliti (2017)

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 3
Skala Penilaian Instrumen Niat Pembelian Ulang

No	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Niat Pembelian Ulang

Proses pengembangan instrumen niat pembelian ulang dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel niat pembelian ulang terlihat pada Tabel III.1 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel niat pembelian ulang.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel niat pembelian ulang sebagaimana tercantum pada Tabel III.1. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen

diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Program Studi Akuntansi di Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 46$$

Dimana:

- r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- x_i = Deviasi skor butir dari X_i
- x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 5 halaman 112) dari 30 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 6 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 24 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

6. ⁴⁶ Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta: Grasindo, 2008), h.

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{47}$$

Dimana:

r_{ii}	= Reliabilitas instrumen
k	= Banyak butir pernyataan (yang valid)
$\sum si^2$	= Jumlah varians skor butir
st^2	= Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}^{48}$$

Dimana:

Si^2	= Simpangan baku
n	= Jumlah populasi
$\sum Xi^2$	= Jumlah kuadrat data X
$\sum Xi$	= Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $Si^2 = 1,70$, $St^2 = 150,06$ dan r_{ii} sebesar 0,840 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 8 halaman 115). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 24 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur niat pembelian ulang.

⁴⁷ *Ibid.*, h. 89.

⁴⁸ Sudjana, *Metoda Statistika*, (Bandung: PT. Tarsito, 2005), h. 94.

2. Kepercayaan

a. Definisi Konseptual

Kepercayaan adalah suatu ekspektasi konsumen yang memperhitungkan dan mempertimbangkan berbagai hal yang berhubungan dengan kebenaran antara apa yang di janjikan perusahaan dengan apa yang dilakukan perusahaan sehingga membentuk kepercayaan konsumen.

b. Definisi Operasional

Kepercayaan memiliki dimensi pertama yaitu kemampuan (*ability*) dengan indikator, yaitu pelayanan yang baik, pelayanan situs *web*, dimensi kedua kejujuran (*integrity*) dengan indikator, yaitu keamanan bertransaksi, vendor *online* yang dapat dipercaya, dan toko *online* yang dapat dipercaya, dan dimensi terakhir yaitu niat baik (*benevolence*) dengan indicator, yaitu komitmen vendor *online*, konsistensi toko *online*.

c. Kisi-kisi Instrumen Kepercayaan

Kisi-kisi instrumen kepercayaan yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk uji coba dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel kepercayaan.

Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan untuk uji validasi dan reliabilitas. Kisi-kisi instrumen kepercayaan dapat dilihat pada tabel

kisi-kisi instrumen kepercayaan. Untuk mengisi setiap butir indikator pernyataan dalam instrumen penelitian.

Responden dapat memilih salah satu dari lima alternatif yang telah disediakan seperti pada tabel mengenai skala likert, sesuai dengan tingkat jawaban yang paling sesuai dengan diri responden.

Tabel III. 4
Kisi-Kisi Instrumen Kepercayaan

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	Butir Valid		Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Kemampuan (<i>ability</i>)	Pelayanan yang baik	1 2	3	-	1 2	3	1 2	3
	Pelayanan situs <i>web</i>	4 5 6	7	-	4 5 6	7	4 5 6	7
Kejujuran (<i>integrity</i>)	Keamanan bertransaksi	8 9 10 11	12	-	8 9 10 11	12	8 9 10 11	12
	Vendor <i>online</i> yang dapat dipercaya	13 14 15	16	-	13 14 15	16	13 14 15	16
	Toko <i>online</i> yang dapat dipercaya.	17 18 19 20 21	23	21 23	17 18 19 20	-	17 18 19 20	-
Niat baik (<i>benevolence</i>)	Komitmen vendor <i>online</i>	22 24	25	-	22 24	25	21 22	23
	Konsistensi toko <i>online</i>	26 27 28 29	30	27 29	26 28	30	24 25	26

Sumber: diolah oleh peneliti (2017)

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah

disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 5
Skala Penilaian Instrumen Kepercayaan

No	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Kepercayaan

Proses pengembangan instrumen kepercayaan dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel kepercayaan konsumen terlihat pada Tabel III.3 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel kepercayaan konsumen.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel kepercayaan konsumen sebagaimana tercantum pada Tabel III.3. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Program Studi

Akuntansi di Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad ^{49}$$

Dimana:

- r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- x_i = Deviasi skor butir dari X_i
- x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 12 halaman 123) dari 30 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 4 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 26 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

⁴⁹Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta: Grasindo, 2008), h. 6.

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{50}$$

Dimana:

r_{ii}	= Reliabilitas instrumen
k	= Banyak butir pernyataan (yang valid)
$\sum si^2$	= Jumlah varians skor butir
st^2	= Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}^{51}$$

Dimana:

Si^2	= Simpangan baku
n	= Jumlah populasi
$\sum Xi^2$	= Jumlah kuadrat data X
$\sum Xi$	= Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $Si^2 = 1,97$, $St^2 = 254,08$ dan r_{ii} sebesar 0,834 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 15 halaman 126). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 26 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur kepercayaan.

3. Persepsi Manfaat

a. Definisi Konseptual

Persepsi manfaat adalah tingkat penilaian konsumen terhadap penggunaan sistem berbasis *web* dalam pembelian *online* yang

⁵⁰*Ibid.*, p. 89.

⁵¹Sudjana, *Metoda Statistika*, (Bandung: PT. Tarsito, 2005), h. 94.

dapat meningkatkan efisiensi pembelian, dan memberikan manfaat lebih kepada konsumen.

b. Definisi Operasional

Persepsi manfaat dapat diukur dengan dua dimensi yaitu kecepatan pembelian sebagai dimensi pertama dengan indikator kemudahan berbelanja secara cepat, dan kecepatan bertransaksi. Dan dimensi kedua yaitu kenyamanan pembelian dengan indikator *internet* sebagai belanja yang lebih berguna, belanja *internet* menghemat uang, *internet* lebih mudah untuk melakukan pembelian.

c. Kisi-kisi Instrumen Persepsi Manfaat

Kisi-kisi instrumen persepsi manfaat yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk uji coba dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel persepsi manfaat.

Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan untuk uji validasi dan reliabilitas. Kisi-kisi instrumen persepsi manfaat dapat dilihat pada tabel kisi-kisi instrumen persepsi manfaat. Untuk mengisi setiap butir indikator pernyataan dalam instrumen penelitian.

Responden dapat memilih salah satu dari lima alternatif yang telah disediakan seperti pada tabel mengenai skala likert, sesuai dengan tingkat jawaban yang paling sesuai dengan diri responden

Tabel III. 6
Kisi-Kisi Instrumen Persepsi Manfaat

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	Butir Valid		Butir Final		
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)	
Kecepatan pembelian	Kemudahan kegiatan berbelanja	1			1		1		
		2			2		2		
		3		6	3		3		
		4	7	7	4	-	4	-	
		5			5		5		
		6							
	Kecepatan bertransaksi		8			8		6	
			9			9		7	
			10			10		8	
			11		10	11		9	
			12	-	13	12	-	10	-
			13			13		11	
			14			14		12	
			15			15			
			16			16			
			Kenyamanan pembelian	<i>Internet</i> sebagai belanja yang lebih berguna	17	18	17	-	18
28		28							
Belanja <i>internet</i> menghemat uang	19				19		14		
	20				20		15		
	21	24		22	21	24	16	18	
	22				22		17		
	23				23				
<i>Internet</i> lebih mudah untuk melakukan pembelian	25				25		19		
	26				26		20		
	27	30	-	27	30	21	23		
	29			29		22			

Sumber: diolah oleh peneliti (2017)

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu)

sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 7
Skala Penilaian Instrumen Persepsi Manfaat

No	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Persepsi Manfaat

Proses pengembangan instrumen persepsi manfaat dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel persepsi manfaat terlihat pada Tabel III.5 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel persepsi manfaat.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel persepsi manfaat sebagaimana tercantum pada Tabel III.5. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Program Studi Akuntansi di Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad ^{52}$$

Dimana:

- r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- x_i = Deviasi skor butir dari X_i
- x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 19 halaman 133) dari 30 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 7 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 23 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right] \quad ^{53}$$

Dimana:

⁵²Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta: Grasindo, 2008), h. 6.
⁵³*Ibid.*, h. 89.

r_{ii}	= Reliabilitas instrumen
k	= Banyak butir pernyataan (yang valid)
$\sum si^2$	= Jumlah varians skor butir
st^2	= Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad ^{54}$$

Dimana:

Si^2	= Simpangan baku
n	= Jumlah populasi
$\sum Xi^2$	= Jumlah kuadrat data X
$\sum Xi$	= Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $Si^2 = 2,13$, $St^2 = 176,86$ dan r_{ii} sebesar 0,801 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 22 halaman 136). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 23 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur kepuasan konsumen.

F. Teknik Analisis Data

Pengolahan data penelitian ini menggunakan program aplikasi SPSS versi 24. Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

⁵⁴Sudjana, *Metoda Statistika*, (Bandung: PT. Tarsito, 2005), h. 94.

1. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas Kolmogorov

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Untuk mendeteksi apakah model yang kita gunakan memiliki distribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis Gambar dan uji Kolmogorov-Smirnov (KS)⁵⁵.

Kriteria pengambilan keputusan dengan uji statistik Kolmogorov-Smirnov, yaitu:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal

Sedangkan kriteria pengambilan keputusan dengan analisis Gambar (normal probability), yaitu:

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas

Langkah pengerjaan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov menggunakan SPSS 24, dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Klik *Analyze* → *Nonparametric Test* → *1-Samples K-S*
- 2) Klik dan masukkan variabel kedalam *Test Variable List*

⁵⁵ Imam Ghozali. *Ekonometrika Teori Konsep dan Aplikasi dengan SPSS17*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2009). h. 113

3) Klik **OK**⁵⁶.

Uji normalitas dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$x^2 = \frac{(fo - fh)^2}{fh} \text{ } ^{57}$$

b. Uji Linieritas Regresi

Pengujian linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Pengujian dengan SPSS menggunakan *Test of Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. “Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,05”⁵⁸.

Sedangkan kriteria pengujian dengan uji statistik, yaitu:

- 1) Jika signifikansi > 0,05, maka Ho diterima artinya data tidak linier.
- 2) Jika signifikansi < 0,05, maka Ho ditolak artinya data linier.

2. Analisis Regresi Linier

Menurut Yamin dan Kurniawan analisis regresi adalah “Sebuah pendekatan yang digunakan untuk mendefinisikan hubungan matematis antara variabel output atau variabel dependen (Y) dengan satu atau beberapa variabel input.independen (X)”⁵⁹.

Model regresi linier sesungguhnya mengasumsikan bahwa terdapat

⁵⁶ Victorianus Aries Siswanto. *Belajar Sendiri SPSS 22*. (Yogyakarta: CV. Andi Offset. 2015). P. 87

⁵⁷ Santoso. *Statistika Hospitalitas* (Yogyakarta: Deepublish, 2016), p. 173

⁵⁸ Kadir dan Djaali, *Statistika Terapan: Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian* (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2015), h. 180.

⁵⁹ Sofyan Yamin dan Heri Kurniawan, *SPSS Complete* (Jakarta: Salemba Infotek, 2009) h. 82

hubungan linier antara variabel dependen dengan setiap variabel independen. Hubungan linier ini secara matematis dapat digambarkan dalam rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n + e^{60}$$

Di mana:

b_0 : Intercept

b_1, b_2, b_3, b_n : Koefisien Regresi

$X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$: Variabel Independen

Y : Variabel dependen

E : error/residu

Hasil analisis regresi linier dapat dilihat dari tabel Model *Summary* dan *Coefficient*. Model persamaan regresi dapat dilihat dari koefisien (*unstandardized coefficient β*)⁶¹.

3. Uji Hipotesis

a. Perhitungan Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui seberapa jauh hubungan variabel X_1 dengan variabel Y (besar kecilnya hubungan antara kedua variabel) dan variabel X_2 dengan variabel Y (besar kecilnya hubungan antara kedua variabel), maka menghitung r_{xy} dapat menggunakan rumus *Product Moment* dan *Karl Pearson*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}}^{62}$$

⁶⁰ *Ibid.*

⁶¹ *Ibid*, h.86

⁶²Sugiono, *op.cit.*, h. 255.

Dimana:

$$\begin{aligned} r_{xy} &= \text{Tingkat keterkaitan hubungan} \\ \sum x &= \text{Jumlah skor dalam sebaran X} \\ \sum y &= \text{Jumlah skor dalam sebaran Y} \end{aligned}$$

b. Uji t

Menurut Soepomo, “Uji-t digunakan sebagai alat analisis data, dapat dipakai untuk menguji satu sampel atau dua sampel”⁶³. Pengujian hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji koefisien regresi secara parsial (Uji-t) dengan menggunakan SPSS Versi 24.00. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui hubungan signifikan kepercayaan konsumen (X_1) dengan niat pembelian ulang (Y) dan hubungan persepsi manfaat (X_2) dengan niat pembelian ulang (Y).

t_{hitung} dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r_{xy}\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}} \quad 64$$

Keterangan:

$$\begin{aligned} t_{\text{hitung}} &= \text{Skor signifikan koefisien korelasi} \\ r_{xy} &= \text{Koefisien korelasi } \textit{product moment} \\ n &= \text{banyaknya sampel/data} \end{aligned}$$

Selanjutnya, Sugiyono menambahkan, kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- 1) Jika probabilitas $> 0,05$ Ho diterima.
- 2) Jika probabilitas $< 0,05$ Ho ditolak⁶⁵.

⁶³Bambang Soepomo, *Statistik Terapan: Dalam Penelitian Ilmu-ilmu Sosial & Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), h. 134.

⁶⁴Sugiyono, *op.cit.*, h. 243.

⁶⁵*Ibid.*

c. Perhitungan Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketetapan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Dengan kata lain, koefisien determinasi menunjukkan kemampuan variabel X (X_1, X_2, \dots, X_k), yang merupakan variabel bebas, menerangkan atau menjelaskan variabel Y yang merupakan variabel terikat. Semakin besar nilai koefisien determinasi, semakin baik kemampuan variabel X menerangkan atau menjelaskan variabel Y.

Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$KD = r_{xy}^2 \quad ^{66}$$

Dimana: KD = Koefisien dterminasi
 r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*

⁶⁶Sugiyono, *Statistika untuk penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2007), h. 231.