

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan 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 dapat dipercaya dan diandalkan (*reliable*) tentang :

1. Untuk menguji hubungan antara kemudahan penggunaan dengan niat membeli ulang melalui toko *online* OLX.COM.
2. Untuk menguji hubungan antara kepercayaan dengan niat membeli ulang melalui toko *online* OLX.COM.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **1. Tempat Penelitian**

Tempat penelitian dilaksanakan di Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang beralamat di Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220. Alasan peneliti melakukan penelitian di tempat tersebut karena berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan bahwa, di tempat tersebut terdapat masalah mengenai niat membeli ulang melalui toko *online* OLX.COM pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Selain itu, juga karena faktor keterjangkauan, sehingga memudahkan proses pengambilan data untuk penelitian.

## 2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan selama 5 (empat) bulan, yaitu terhitung dari bulan Maret 2017 sampai dengan Juli 2017. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian karena jadwal perkuliahan peneliti sudah tidak padat, sehingga akan mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian dan peneliti dapat mencurahkan perhatian pada pelaksanaan penelitian.

## C. Metode Penelitian

### 1. Metode

Metode penelitian pada dasarnya merupakan “Cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu”<sup>44</sup>. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey* dengan pendekatan korelasional. Alasan peneliti menggunakan metode ini karena sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Menurut Lawrence dalam buku Sugiyono mengatakan bahwa:

*Survey are quantitative beasth. The survey ask many people (call respondent) about their belief, opinions, characteristic and past or present behavior. Survey are appropriate for research questions about self reported belief of behavior*<sup>45</sup>.

Artinya, penelitian *survey* adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian *survey*, peneliti menanyakan ke beberapa orang (yang

---

<sup>44</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), h.3.

<sup>45</sup>*Ibid.*, h. 12.

disebut dengan responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu objek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Penelitian *survey* berkenaan dengan pertanyaan tentang keyakinan dan perilaku dirinya sendiri.

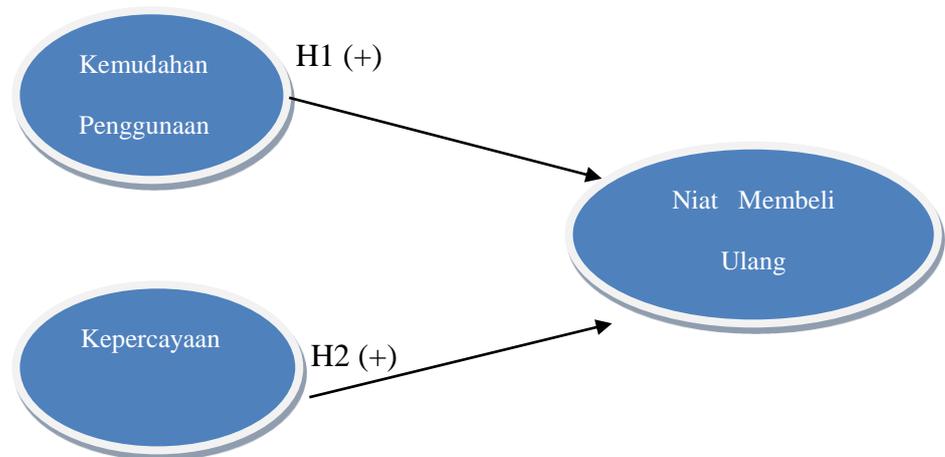
Sedangkan, pendekatan yang dilakukan adalah korelasional. Adapun alasan menggunakan pendekatan korelasional adalah untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, seberapa erat hubungan, serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut. Dengan pendekatan korelasional dapat dilihat hubungan antara variabel bebas (kemudahan penggunaan) yang diberi simbol  $X_1$  dengan variabel terikat (niat membeli ulang) yang diberi simbol  $Y$  sebagai variabel yang dipengaruhi. dan hubungan antara variabel bebas (kepercayaan pelanggan) yang diberi simbol  $X_2$  dengan variabel terikat (niat membeli ulang) yang diberi simbol  $Y$  sebagai variabel yang dipengaruhi.

## **2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel**

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa:

- a. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kemudahan penggunaan dengan niat membeli ulang.
- b. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kepercayaan pelanggan dengan niat membeli ulang

Maka, konstelasi hubungan antar variabel penelitian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 3.1 Konstelasi**

Keterangan:

Variabel Bebas ( $X_1$ ) : Kemudahan Penggunaan

Variabel Bebas ( $X_2$ ) : Kepercayaan Pelanggan

Variabel Terikat (Y) : Niat membeli ulang

—————> : Arah Hubungan

#### **D. Populasi dan Sampling**

Penelitian selalu berhadapan dengan masalah sumber data yang disebut dengan istilah populasi dan sampel penelitian. Penentuan sumber data tersebut bergantung pada masalah yang akan diteliti, serta hipotesis yang akan diuji kebenarannya. Dalam hal ini, tampak bahwa masalah populasi dan sampel sebagai data yang mempunyai peranan yang cukup penting.

Populasi adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang

ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.<sup>46</sup>

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta yang pernah bertransaksi dan berniat kembali untuk menggunakan OLX.COM. Populasi terjangkaunya adalah mahasiswa pendidikan Tata Niaga angkatan 2013 dan 2014 yang pernah menggunakan OLX.COM berjumlah 110 mahasiswa.

Sedangkan, “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”<sup>47</sup>. Kemudian, berdasarkan tabel penentuan sampel dari Isaac dan Michael<sup>48</sup> jumlah sampel dari populasi dengan sampling error 5% adalah 84 mahasiswa. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel III. 1 dibawah ini :

---

<sup>46</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: 2014, Alfabeta), hlm. 117

<sup>47</sup>*Ibid.*, hlm. 118.

<sup>48</sup>*Ibid.*, hlm. 128.

**Tabel III. 1**  
**Perincian Perhitungan Sampel**

<b>Kelas</b>	<b>Jumlah Mahasiswa</b>	<b>Sampel</b>
Pendidikan Tata Niaga 2013 A	42	$42/110 \times 84 = 32$
Pendidikan Tata Niaga 2013 B	37	$37/110 \times 84 = 28$
Pendidikan Tata Niaga 2014 A	14	$14/110 \times 84 = 11$
Pendidikan Tata Niaga 2014 B	17	$17/110 \times 84 = 13$
<b>Total</b>	110	84

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik acak sederhana (*simple random sampling*). Teknik ini digunakan dengan pertimbangan bahwa seluruh populasi yang akan diteliti memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih dan setiap bagian terwakili.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini meneliti tiga variabel, yaitu Kemudahan Penggunaan (variabel  $X_1$ ), kepercayaan pelanggan (variabel  $X_2$ ) dan niat membeli ulang (variabel  $Y$ ). Adapun instrumen untuk mengukur ketiga variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

## 1. Niat membeli ulang

### a. Definisi Konseptual

Niat membeli ulang adalah niatan seseorang yang mengacu pada pembelian di masa depan untuk membeli kembali suatu produk atau jasa tertentu.

### b. Definisi Operasional

Niat membeli ulang dapat diukur menggunakan Dimensi sebagai berikut. Dimensi pertama adalah minat transaksional dengan indikator pertama: perilaku pembelian ulang, sub indikator: membeli kembali produk yang sama melalui OLX.COM dan membeli Produk yang berbeda melalui OLX.COM. Sedangkan Indikator kedua: Kecenderungan pembelian ulang sub indikator: afiliasi dengan OLX.COM, merencanakan pembelian produk yang sama dan merencanakan pembelian produk yang berbeda. Lalu indikator ketiga: kemungkinan pembelian ulang sub indikator: kesempatan pembelian kembali dan kemungkinan positif terhadap pembelian kembali.

Lalu Dimensi kedua adalah minat referensial dengan indikator pertama: merekomendasikan toko *online*, sub indikator :menyarankan OLX.COM dan merekomendasikan OLX.COM.. Lalu indikator kedua :merefereasikan pengalaman, sub indikator : menceritakan pengalaman menggunakan toko *online* dan membandingkan pengalaman penggunaan toko *online*.

Dimensi ketiga adalah Minat Preferensial dengan indikator: toko *online* menjadi pilihan prioritas dan kesukaan berbelanja di toko *online*. Dan Dimensi keempat adalah minat eksploratif dengan indikator: informasi produk atau jasa sub indikator :*website* dan iklan. Indikator kedua pencarian informasi positif sub indikator :konsumen yang pernah menggunakan dan media cetak.

**c. Kisi-kisi Instrumen Niat membeli ulang**

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel niat membeli ulang yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel niat membeli ulang. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III. 2.

Table III. 2.

## Kisi-kisi Instrumen Niat membeli ulang

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Minat Transaksional	Kecenderungan pembelian ulang	Merencanakan pembelian produk yang sama	1,2	3	2	1	3	1	2
		Merencanakan pembelian produk yang berbeda	4,5	6	6	4,5		3,4	
	Kemungkinan pembelian ulang	kesempatan pembelian kembali	7,8	9	7	8	9	5	6
		Kemungkinan positif terhadap pembelian kembali	10,11	12	11	10	12	7	8
Minat Referensial	Merekomendasikan toko <i>online</i>	Menyarankan OLX.COM	13,14	15		13,14	15	9,10	11
		Merekomendasikan OLX.COM	16,17	18	16	17	18	12	13
	Mereferensikan pengalaman	Menceritakan pengalaman menggunakan toko <i>online</i>	19,20	21		19,20	21	14,15	16
		Membandingkan pengalaman penggunaan	22,23	24	23,24	22		17	

		<i>toko online</i>							
Minat Preferensia 1	Toko <i>online</i> menjadi pilihan prioritas		25,26	27	25	26	27	18	19
	Kesukaan berbelanja di Toko <i>online</i>		28,29	30	30	28,29		20,21	
Minat Eksploratif	Mencari informasi produk atau jasa	<i>Online</i>	31,32	33		31,32	33	22,23	24
		Iklan	34,35	36	35	34,	36	25	26
	informasi positif	Konsumen yang pernah menggunakan	37,38	39		37,38	39	27,28	29
		Media cetak	40,41	42		40,41	42	30,31	32

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 membeli ulang**

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Netral (N)	3	3

4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

#### d. Validasi Instrumen Niat membeli ulang

Proses pengembangan instrumen niat membeli ulang dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel niat membeli ulang terlihat pada Tabel III.2 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel niat membeli 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 membeli ulang sebagaimana tercantum pada Tabel III.2. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga angkatan 2015 dan 2016 di Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

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 15, halaman 162) dari 42 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 10 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 32 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:

---

<sup>49</sup>Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*, (Jakarta: Grasindo, 2008), h. 86.

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

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  $Si^2=0,90$ ,  $St^2 = 500,62$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,94219 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 18, halaman 165 ). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat

---

<sup>50</sup>*Ibid.*, h. 89.

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

dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 32 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur niat membeli ulang.

## **2. Kemudahan Penggunaan**

### **a. Definisi Konseptual**

Kemudahan Penggunaan adalah Persepsi kemudahan yang dirasakan pengguna saat menggunakan sebuah sistem sehingga membantu pengguna untuk meningkatkan kinerjanya.

### **b. Definisi Operasional**

Kemudahan penggunaan dapat diukur menggunakan dimensi sebagai berikut. Dimensi pertama adalah *easy of learn* dengan indikator pertama : Tampilan mudah dipelajari yang memiliki sub indikator : tampilan *web* yang menarik dan tampilan *web* yang mudah diingat. Indikator kedua adalah sistem *website* dengan sub indikator : sistem *website toko online* mudah diingat dan sistem *website* memiliki panduan atau petunjuk. Lalu dimensi kedua adalah *flexible* dengan indikator pertama : *website* mudah diatur, indikator kedua : dapat diadaptasikan dengan sub indikator : *website toko online* yang modern dan transaksi dapat diawasi dengan *website*.

Selanjutnya dimensi ketiga adalah *controllable* dengan indikator sebagai berikut : indikator pertama adalah pengawasan

dengan sub indikator : sistem transaksi toko *online* yang transparan dan transaksi dapat dikendalikan menggunakan *website*. Lalu indikator kedua adalah pengendalian *website*. Sedangkan dimensi keempat adalah *clear and understandable* dengan indikator pertama *websitemudah* dimengerti dan indikator kedua yaitu *website* toko *online* ditampilkan secara jelas

Lalu , dimensi yang kelima adalah *easy to use* dengan indikator peratama yaitu aksesibilitas memiliki sub indikator : *website* dapat diakses dengan mudah, kemudahan mencari informasi produk menggunakan *website* toko *online* dan *website* toko *online* mudah operasikan. Sedangkan indikator kedua adalah kemudahan pencarian informasi menggunakan *website* toko *online*. Terakhir, dimensi keenam adalah *easy to become skillfull* dengan indikator : keterampilan pasca penggunaan *website* dan *website* yang mempermahir pengguna.

### **c. Kisi-kisi Instrumen Kemudahan Penggunaan**

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kemudahan penggunaan yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel kemudahan penggunaan. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang

dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III. 3.

**Tabel III. 4. Kisi-kisi Instrumen Kemudahan Penggunaan**

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
<i>easy of learn</i>	Tampilan mudah dipelajari	1,2	3		1,2	3	1,2	3
	Sistem <i>website</i>	4,5	6		4,5	6	4,5	6
<i>flexible</i>	<i>Website</i> mudah diatur	7,8	9		7,8	9	7,8	9
	Dapat diadaptasikan	10	11	10		11		10
<i>controllable</i>	Pengawasan	12	13		12	13	11	12
	Pengendalian <i>website</i>	14, 15, 16	17		14, 15, 16	17	13, 14, 15	16
<i>clear and understandable</i>	<i>Website</i> mudah dimengerti	18, 19	20	20	18, 19		17, 18	
	<i>Website</i> toko online ditampilkan secara jelas.	21, 22	23	23	21, 22		19, 20	
	Aksesibilitas	24, 25	26		24, 25	26	21, 22	23

<i>easy to use</i>	Kemudahan pencarian informasi menggunakan <i>website</i> toko <i>online</i>	27, 28	29		27, 28	29	24, 25	26
<i>Easy to become skillfull</i>	Keterampilan setelah menggunakan <i>website</i>	30, 31	32	31	30	32	27	28
	<i>website</i> yang mempermudah pengguna	33, 34, 35	36	33, 35, 36	34		29	

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 Kemudahan penggunaan**

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Netral (N)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

#### d. Validasi Instrumen Kemudahan penggunaan

Proses pengembangan instrumen kemudahan penggunaan dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel Kemudahan penggunaan terlihat pada Tabel III.4 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur kemudahan penggunaan.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel kemudahan penggunaan sebagaimana tercantum pada Tabel III.4. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga angkatan 2015 dan 2016 di Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

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:

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

---

<sup>52</sup>Djaali dan Pudji Muljono, *loc. cit.*

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 22, halaman 172) dari 36 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 7 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 29 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:

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

Dimana:

---

<sup>53</sup>*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:

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

Dimana:

$S_i^2$  = Simpangan baku

$n$  = Jumlah populasi

$\sum Xi^2$  = Jumlah kuadrat data X

$\sum Xi$  = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $S_i^2=0,85$ ,  $St^2 = 251,36$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,908 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 25, halaman 175 ). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 29 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur kemudahan penggunaan.

---

<sup>54</sup>Sudjana, *loc. cit.*.

### 3. Kepercayaan Pelanggan

#### a. Definisi Konseptual

Kepercayaan pelanggan adalah ekspektasi yang dipertimbangkan oleh konsumen berdasarkan kemampuan dan kebenaran sebelum pelanggan memutuskan untuk melakukan hubungan lebih lanjut dengan perusahaan.

#### b. Definisi Operasional

Kepercayaan pelanggan dapat diukur menggunakan tiga dimensi yaitu dimensi pertama adalah kompetensi (Competence) dengan indikator sebagai berikut, memenuhi kebutuhan konsumen, reputasi toko *onlinedan* kemampuan memecahkan masalah konsumen. Dimensi kedua adalah benevolence dengan indikator, tindakan oportunistik toko *online* dan Orientasi positif toko *online*. Dan dimensi ketiga adalah integritas (integrity) dengan indikator, Privasi konsumen terjaga, keamanan bertransaksi pada *online* shop, toko *online* dapat dipercaya.

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

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kepercayaan pelanggan yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel kepercayaan pelanggan. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang

dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III. 6.

**Tabel III. 6. Kisi-kisi Instrumen Kepercayaan**

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Kompetensi ( <i>Competence</i> )	memenuhi kebutuhan konsumen	1,2,3	4		1,2,3	4	1,2,3	4
	Reputasi toko <i>online</i>	5,6	7	5	6	7	5	6
	Kemampuan memecahkan masalah konsumen	8,9	10		8,9	10	7,8	9
<i>Benevolence</i>	Tindakan oportunistik toko <i>online</i>	11,12,13	14	14	11,12,13		10,11,12	
	Orientasi positif toko <i>online</i>	15,16	17		15,16	17	13,14	15
Integritas ( <i>Integrity</i> )	Privasi konsumen terjaga	18,19,20	21	18,21	19,20		16,17	
	Keamanan bertransaksi pada <i>online</i>	22,23,24,25	26	23	22,24,25	26	18,19,20	21

shop							
Toko <i>online</i> dapat dipercaya	27,28,29	30	28	27,29	30	22,23	24

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 Kepercayaan**

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Netral (N)	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 pelanggan terlihat pada Tabel III.6 yang disebut

sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel kepercayaan pelanggan.

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 pelanggan sebagaimana tercantum pada Tabel III.6. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada kepada 30 orang mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga angkatan 2015 dan 2016 di Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

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:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad ^{55}$$

Dimana:

$r_{it}$  = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

$x_i$  = Deviasi skor butir dari  $X_i$

$x_t$  = Deviasi skor dari  $X_t$

---

<sup>55</sup>Djaali dan Pudji Muljono, *loc. cit.*.

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 29, halaman 182) dari 29 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 5 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 varianbutir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad ^{56}$$

Dimana:

$r_{ii}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum si^2$  = Jumlah varians skor butir

$st^2$  = Varian skor total

---

<sup>56</sup>*Ibid.*, h. 89.

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

$$S_i^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad ^{57}$$

Dimana:

$S_i^2$  = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

$\sum Xi^2$  = Jumlah kuadrat data X

$\sum Xi$  = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $S_i^2 = 1,45$ ,  $S_t^2 = 203,40$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,83023 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 32 halaman 185 ). 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 kepercayaan pelanggan.

## F. Teknik Analisis Data

Pengolahan data penelitian ini menggunakan program aplikasi SPSS versi 22. Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

---

<sup>57</sup>Burhan Nurgiyanto, Gunawan dan Marzuki, *loc. cit.*.

## 1. Uji Persyaratan Analisis

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi dengan normal atau tidak. Untuk mendeteksi apakah model yang peneliti gunakan memiliki distribusi yang normal atau tidak yaitu dengan menggunakan *Uji Kolmogorov Smirnov* dan *Normal Probability Pot*<sup>58</sup>.

Hipotesis penelitiannya adalah :

- 1)  $H_0$  : data berdistribusi normal
- 2)  $H_a$  : data tidak berdistribusi normal

Kriteria pengujian dengan uji statistik *Kolmogorov Smirnov*, yaitu:

- 1) Jika signifikansi  $>0,05$  maka  $H_0$  diterima artinya data berdistribusi normal.
- 2) Jika signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak artinya data tidak terdistribusikan normal.

Sedangkan kriteria pengujian dengan analisis *Normal Probability Plot*, yaitu :

---

<sup>58</sup>Duwi Priyatno, *Belajar Praktis Analisis Parametrik dan Non Parametrik Dengan Statistik* (Yogyakarta: Ghalia Indonesia, 2012), h.60.

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka  $H_0$  diterima artinya data berdistribusi normal.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal,  $H_0$  ditolak artinya data tidak berdistribusi normal.

#### **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”<sup>59</sup>.

Sedangkan kriteria pengujian dengan uji statistik, yaitu:

- 1) Jika signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima artinya data tidak linier.
- 2) Jika signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak artinya data linier.

### **2. Persamaan Regresi Linier Sederhana**

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mendefinisikan hubungan linier antara satu variabel *independent* dan satu variabel *dependent*. Hasil dari analisis korelasi hanya untuk mengetahui seberapa besar tingkat keeratan atau kekuatan hubungan linier antara

---

<sup>59</sup>Kadir dan Djaali, *Statistika Terapan: Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*, (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2015), h. 180.

variabel saja. Adapun perhitungan persamaan umum regresi linier sederhana dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX_i \text{ }^{60}$$

Keterangan:

$\hat{Y}$  = variabel terikat

X = variabel bebas

a = konstanta (nilai Y apabila  $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$ )

b = koefisien regresi variabel bebas

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Signifikansi Parsial

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui hubungan signifikan kemudahan penggunaan (X1) dengan niat membeli ulang (Y) dan hubungan kepercayaan pelanggan (X2) dengan niat membeli ulang (Y).

Hipotesis penelitiannya adalah sebagai berikut:

$$H_0 : b_1 = 0 \qquad H_1 : b_1 \neq 0$$

$$H_0 : b_2 = 0 \qquad H_1 : b_2 \neq 0$$

#### b. Perhitungan Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui seberapa jauh hubungan variabel X1 dengan variabel Y (besar kecilnya hubungan antara kedua variabel)

---

<sup>60</sup>Sugiyono, *op.cit.*, h. 247.

dan variabel X2 dengan variabel Y (besar kecilnya hubungan antara kedua variabel), maka menghitung rxy dapat menggunakan rumus *Product Moment* dan *Karl Pearson*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}} \quad 61$$

Dimana:

rxy = Tingkat keterkaitan hubungan

$\sum x$  = Jumlah skor dalam sebaran X

$\sum y$  = Jumlah skor dalam sebaran Y

### c. Uji t

Menurut Soepomo, “Uji-t digunakan sebagai alat analisis data, dapat dipakai untuk menguji satu sampel atau dua sampel”<sup>62</sup>. Pengujian hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji koefisien regresi secara parsial (Uji-t) dengan menggunakan SPSS Versi 22.00. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui hubungan signifikan kemudahan penggunaan (X1) dengan niat membeli ulang (Y) dan hubungan kepercayaan pelanggan (X2) dengan niat membeli ulang (Y).

t<sub>hitung</sub> dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

---

<sup>61</sup>*Ibid.*, h. 241.

<sup>62</sup>Bambang Soepomo, *Statistik Terapan: Dalam Penelitian Ilmu-ilmu Sosial & Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), h. 134.

$$t_{hitung} = \frac{r_{xy}\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}} \quad 63$$

Keterangan:

- $t_{hitung}$  = Skor signifikan koefisien korelasi  
 $r_{xy}$  = Koefisien korelasi *product moment*  
 $n$  = banyaknya sampel/data

Selanjutnya, Sugiyono menambahkan, kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- 1) Jika probabilitas  $> 0,05$  Ho diterima.
- 2) Jika probabilitas  $< 0,05$  Ho ditolak<sup>64</sup>.

#### 4. 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:

---

<sup>63</sup>Sugiyono, *op.cit.*, h. 243.

<sup>64</sup>*Ibid.*

$$KD = r_{xy}^{265}$$

Dimana:

KD = Koefisien determinasi

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi *product moment*

---

<sup>65</sup> Sugiyono, *Metode untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 231.