

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada medio Maret 2024 di wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi). Waktu untuk menyelesaikan penelitian ini adalah kurang lebih selama enam bulan, mulai dari pencarian, pengumpulan, hingga pengolahan data yang nantinya akan tersaji dalam bentuk skripsi.

3.2 Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mempergunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sekaran dan Bougie (2016), kuantitatif merupakan data yang dinyatakan dalam bentuk angka dan biasanya didapatkan melalui pertanyaan yang sudah disusun. Untuk menguji hipotesis, peneliti menerapkan teknik kuantitatif untuk memeriksa sampel tertentu. Pengambilan sampel semacam ini sering kali dilakukan secara acak, data dihimpun dengan mempergunakan alat penelitian, dan analisisnya bersifat kuantitatif atau statistik (Sugiyono, 2017).

Menurut Hermawan (2019), penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode riset yang bersifat induktif, objektif, dan ilmiah, dimana data yang terhimpun berupa nilai numerik (skor, nilai) atau pernyataan yang dinilai dan dianalisis menggunakan teknik analisis statistik. Agar data yang dihasilkan terstruktur dan sesuai dengan fakta di lapangan, peneliti menggunakan metode survei untuk pengumpulan data. Pengumpulan data dengan teknik survei dilakukan dengan pengamatan melalui wawancara atau menyebarkan kuesioner (Kristanto, 2018).

3.2.1 Jenis Data

Sumber primer menyediakan sebagian besar data yang digunakan dalam penelitian ini, yang menjadi tulang punggung penelitian. Untuk menjawab permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, peneliti harus menghimpun data primer, yang terdiri dari informasi mentah yang dikumpulkan langsung dari sumbernya (responden), yang mana data tersebut belum tersedia sebelumnya. Hasil dari kuesioner atau survei yang telah dikirimkan oleh para peneliti kepada para partisipan dan kemudian diolah merupakan kumpulan data utama ini (Sugiono et al., 2021).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Pada penelitian ini, jenis populasi yang dipergunakan ialah populasi *infinite*, yakni seluruh pengguna aplikasi *e-commerce fashion* (Zalora) di Jabodetabek. Populasi *infinite* dipilih karena memiliki objek tak terhingga sebab peneliti tidak dapat mengetahui secara pasti banyaknya pengguna aplikasi Zalora di area Jabodetabek.

3.3.2 Sampel

Agar pemodelan persamaan struktural (SEM) dapat bekerja dengan skor interpretasi, Hair et al. (2019) menyatakan bahwa ukuran sampel yang lebih besar dari 100 responden diperlukan. Penelitian ini menerapkan strategi *purposive sample* dengan memanfaatkan pendekatan *non-probability sampling*. Idealnya, persyaratan penelitian akan dapat dipenuhi oleh sampel yang dikumpulkan.

Pendekatan pengambilan sampel yang bersifat subjektif dan tidak didasarkan pada pemilihan acak dikenal sebagai pengambilan sampel *non-probabilitas*. Dengan menggunakan strategi ini, peluang untuk memilih sampel dari populasi tidak seragam (Abdullah et al., 2022). Sedangkan *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tersebut biasanya ditujukan kepada orang yang ahli atau berkaitan dengan penelitian yang dilakukan (Sugiyono, 2017). Pertimbangan sampel dalam penelitian ini adalah:

- 1) Pengguna aplikasi Zalora yang berdomisili di wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi). Pertimbangan ini digunakan karena Jabodetabek merupakan area metropolitan dengan jumlah penduduk terbesar di Indonesia, sehingga memungkinkan untuk peneliti lebih mudah dalam mendapat responden.
- 2) Berusia minimal 17 tahun. Pertimbangan ini diambil karena responden dengan usia tersebut dianggap sudah dewasa dan dapat mengambil keputusan dan memberikan jawaban dengan bijak.
- 3) Melakukan pembelian pada aplikasi Zalora minimal tiga kali dalam tiga bulan terakhir. Hal ini berkaitan dengan variabel *e-loyalty* dimana pelanggan harus sudah pernah melakukan pembelian pada aplikasi Zalora agar dapat memberikan informasi yang dibutuhkan pada penelitian ini.

Untuk menentukan berapa banyak orang yang dapat mengisi survei, peneliti menggunakan rumus berikut: Kalikan jumlah indikator dengan lima sampai sepuluh (Hair et al., 2019). Mengacu pada pedoman tersebut, penelitian ini membutuhkan jumlah sampel minimal 261, yang dihitung dengan mengalikan 29 dengan 9. Dengan demikian, jumlah total calon partisipan dalam penelitian ini adalah 261 orang.

3.4 Pengembangan Instrumen

Penelitian ini akan melibatkan variabel dependen, variabel intervening, dan dua variabel independen.

3.4.1 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Sederhananya, variabel independen adalah variabel yang tidak memiliki kaitan dengan variabel dependen dan oleh karena itu dapat mempengaruhinya (Amiruddin et al., 2022). "X" adalah simbol standar untuk kualitas layanan elektronik (X1) dan kepercayaan elektronik (X2), yang digunakan dalam penelitian ini.

3.4.2 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Status variabel sebagai hasil dari atau dipengaruhi oleh variabel independen dikenal sebagai variabel dependen (Amiruddin et al., 2022). Biasa

dilambangkan dengan huruf “Y”, dimana dalam penelitian ini adalah *e-loyalty* (Y).

3.4.3 Variabel Mediasi (*Intervening Variable*)

Satu variabel yang menghubungkan dua set data-variabel independen dan dependen-adalah variabel mediasi (Amiruddin et al., 2022). Biasa dilambangkan dengan huruf “Z”, dimana dalam penelitian ini adalah *e-satisfaction* (Z).

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
E-Service Quality (X1)	<i>It is simple to use</i>	1. Aplikasi Zalora sangat mudah untuk digunakan.	Parasuraman et al. (2005) dalam Khan et al. (2019); Darmawan et al. (2020)
	<i>It loads its pages fast</i>	2. Aplikasi Zalora merespon dengan cepat.	
	<i>The website makes it easy to find what I need</i>	3. Aplikasi Zalora memudahkan saya menemukan apa yang saya butuhkan.	
	<i>It does not crash</i>	4. Aplikasi Zalora tidak <i>crash</i> ketika digunakan.	
	<i>Pages at this website do not freeze after I enter my order information</i>	5. Aplikasi Zalora tidak <i>freeze</i> saat saya memasukkan order.	
	<i>It delivers orders when promised</i>	6. Zalora mengirimkan pesanan sesuai janji.	
	<i>It is truthful about its offerings</i>	7. Aplikasi Zalora jujur terhadap penawaran yang diberikan.	
	<i>It does not share my personal information with other sites</i>	8. Aplikasi Zalora tidak membagikan informasi personal saya dengan situs lain.	
	<i>It also protects information about my credit card</i>	9. Aplikasi Zalora melindungi informasi kartu kredit atau pembayaran saya.	
	<i>This mobile sites gives me easy return options</i>	10. Aplikasi Zalora memberikan saya kemudahan dalam pengembalian barang.	
<i>The app allows speaking to a live person if question occurs</i>	11. Aplikasi Zalora menyediakan layanan <i>live chat</i> dengan petugas <i>customer service</i> jika terdapat pertanyaan.		

Variabel	Indikator	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
	<i>If things i order do not arrive on time, the site compensates me</i>	12. Zalora memberikan kompensasi ketika barang pesanan saya tidak datang tepat waktu.	
	<i>The customer support officers are polite and friendly</i>	13. Petugas dukungan pelanggan ramah.	
	<i>The contact center workers can help with difficulties</i>	14. Petugas <i>customer support</i> dapat membantu kendala yang dialami.	
E-Trust (X2)	<i>I feel safe in my transactions with the website/online stores</i>	15. Saya merasa aman ketika bertransaksi pada aplikasi Zalora.	Gefen et al. (2003) dalam Saoula et al. (2023)
	<i>I believe online stores can protect my privacy</i>	16. Saya percaya aplikasi Zalora dapat melindungi privasi saya.	
	<i>I select online stores, which I believe are honest</i>	17. Saya pilih aplikasi Zalora karena menurut saya jujur.	
	<i>I feel that online stores are trust worthy</i>	18. Saya merasa aplikasi Zalora layak dipercaya.	
	<i>I feel that online stores would provide me with good service</i>	19. Saya percaya aplikasi Zalora dapat memberikan layanan yang baik.	
E-Loyalty (Y)	<i>My intention is to continue shopping on this website in the future</i>	20. Niat saya adalah untuk terus berbelanja di aplikasi Zalora di masa mendatang.	Cachero-Martínez dan Vázquez-Casielles (2021)
	<i>I will say positive things about this website to other people</i>	21. Saya akan mengatakan hal positif tentang aplikasi Zalora kepada orang lain.	
	<i>I will recommend this website to family, friends, or acquaintances who ask me for advice</i>	22. Saya akan merekomendasikan aplikasi Zalora kepada keluarga atau teman yang meminta saran kepada saya.	
	<i>If I had to choose again, I would select this website</i>	23. Jika saya harus memilih lagi, saya akan memilih aplikasi Zalora.	
	<i>Although other new alternatives arise, I will not give up buying on this website</i>	24. Meski muncul alternatif baru lainnya, saya tidak akan berhenti membeli di aplikasi Zalora.	
E-Satisfaction (Z)	<i>I am very satisfied with the internet-based transactions</i>	25. Saya sangat puas dengan transaksi berbasis internet pada aplikasi Zalora.	Shin (2007) dalam Trivedi dan Yadav (2019)
	<i>I am very satisfied with the services offered by the online store.</i>	26. Saya sangat puas dengan pelayanan yang diberikan oleh aplikasi Zalora.	

Variabel	Indikator	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
	<i>I am satisfied with the offerings at this website.</i>	27. Saya puas dengan penawaran yang diberikan pada aplikasi Zalora.	
	<i>I am satisfied with the products at this website.</i>	28. Saya puas dengan produk pada aplikasi Zalora.	
	<i>Overall, I am very satisfied with my shopping experience.</i>	29. Secara keseluruhan, saya sangat puas dengan pengalaman belanja pada aplikasi Zalora.	

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggabungkan data primer dan sekunder dalam analisisnya. Sesuai dengan Darwin et al. (2021), data primer mengacu pada informasi yang dikumpulkan secara langsung dari topik atau item yang sedang dipelajari, atau dari individu yang memiliki pengetahuan yang relevan. Penelitian ini mengumpulkan data primer dari sekelompok individu tertentu, terutama pengguna aplikasi Zalora di wilayah Jabodetabek. Para partisipan disyaratkan berusia minimal 17 tahun dan telah melakukan setidaknya tiga kali transaksi di aplikasi Zalora selama tiga bulan terakhir.

Data primer pada penelitian ini didapat melalui kuesioner berbentuk formulir *online* yang dibagikan melalui berbagai *platform* media sosial. Menurut Sugiyono dalam Farisi et al. (2021), salah satu cara untuk mengumpulkan informasi adalah dengan menggunakan kuesioner, yang terdiri dari serangkaian pertanyaan atau pernyataan yang diketik dan diberikan kepada orang-orang. Kuesioner memiliki kombinasi pernyataan terbuka dan pernyataan tertutup. Pernyataan terbuka seperti identitas diri responden dan untuk pertanyaan tertutup berisi pertanyaan dan jawaban terkait variabel yang diteliti.

Untuk pengumpulan data sekunder pada penelitian ini, yang dilakukan demi menunjang kesempurnaan penelitian, dilakukan dengan mencari data dari berbagai sumber yang kredibel, seperti jurnal penelitian terdahulu, artikel, hingga buku bacaan.

3.6 Skala Pengukuran

Skala Likert diterapkan dalam penelitian ini untuk menilai pernyataan-pernyataan yang ada di dalam kuesioner. Sugiyono (2019) menyatakan bahwa mengukur pendapat dan perspektif orang tentang isu-isu sosial adalah dengan menggunakan skala Likert. Dengan mengubahnya menjadi indikator variabel, skala Likert membantu mengukur variabel. Indikator-indikator tersebut dijadikan sebagai dasar untuk membuat instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan. Menurut Fajar et al. (2023), penelitian menggunakan skala *likert* enam poin akan menghasilkan realibilitas yang lebih baik. Penelitian ini akan menggunakan nilai skala Likert berikut ini:

Tabel 3. 2 Skala *Likert*

Kriteria Jawaban	Skor	Kode
Sangat Tidak Setuju	1	STS
Tidak Setuju	2	TS
Sedikit Tidak Setuju	3	SDTS
Sedikit Setuju	4	SDS
Setuju	5	S
Sangat Setuju	6	SS

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan langkah yang dilakukan untuk memproses sebuah data menjadi informasi yang ringkas dan jelas dalam menerangkan atau menginterpretasi suatu data atau angka (Darwin et al., 2021). Penelitian ini mempergunakan pendekatan analisis rute dengan memanfaatkan Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS) untuk analisis data. Analisis dilakukan dengan mengoperasikan piranti lunak Lisrel versi 8.8. Tujuan dari penggunaan *software* Lisrel pada penelitian ini agar hasil dari olah data penelitian lebih akurat dengan kemampuan Lisrel yaitu dapat mengidentifikasi hubungan antar variabel yang kompleks.

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif mempunyai fungsi untuk memaparkan jawaban masing masing responden yang didasarkan pada kuesioner yang telah disusun.

3.7.2 Uji Validitas

Pengujian validitas dipergunakan untuk mengevaluasi ketepatan item dalam kuesioner, menilai apakah item tersebut secara akurat mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk menentukan signifikansi nilai r yang dihitung, nilai tersebut harus dibandingkan dengan nilai r yang ditabulasikan pada tingkat signifikansi 5%, di mana $df = n-2$. Apabila koefisien korelasi yang diestimasi (nilai r) lebih tinggi daripada koefisien korelasi kritis (nilai r tabulasi), maka item tersebut dapat dianggap sah (Sujarweni dalam Sugiono et al., 2020).

3.7.3 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui kehandalan (tingkat kepercayaan) suatu item pertanyaan dalam mengukur variabel yang diteliti (Amanda et al., 2019). Suatu penelitian dapat dikatakan reliabel jika hasil dari pengujian instrumen tersebut menunjukkan hasil yang relatif tetap (konsisten). Uji Reliabilitas pada penelitian ini mempergunakan *Cronbach Alpha* untuk mengetahui seberapa baik hubungan antara item-item instrumen dalam penelitian. *Cronbach Alpha* dapat dikatakan reliabel apabila nilainya $> 0,60$ dan dikatakan tidak reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $< 0,60$.

3.7.4 Uji fit model

Untuk menentukan apakah model SEM sudah sesuai, maka dilakukan uji kecocokan model. Pendekatan analisis indeks kecocokan absolut, metodologi pengujian yang paling mendasar dalam metode SEM, digunakan untuk menguji model. Untuk menguji model, kami menggunakan alat analisis dan kriteria berikut:

1) *Chi-Square* (CMIN)

Uji *Chi-Square* adalah metode utama untuk menilai kecocokan secara keseluruhan. Statistik ini sangat responsif terhadap ukuran sampel yang dipergunakan. Ketika ukuran sampel melebihi 200, maka *Chi-Square* perlu

dilengkapi dengan metode pengujian lainnya. Sebuah model dianggap berkualitas tinggi atau memadai ketika nilai *Chi-Square* relatif rendah. Model dianggap lebih unggul ketika memiliki nilai *Chi-Square* (CMIN) yang lebih rendah dan disetujui berdasarkan probabilitas (p) dengan ambang batas $p > 0,05$. *Chi-Square* secara signifikan dipengaruhi oleh ukuran sampel yang terlalu kecil (kurang dari 50) atau terlalu besar. Dengan demikian, uji *Chi-Square* optimal untuk ukuran sampel mulai dari 100 hingga 200. Di luar rentang ini, uji signifikansi kehilangan keandalan dan memerlukan penggunaan metode pengujian tambahan.

2) *Goodness of Fit Index* (GFI)

Indeks kecocokan adalah metrik non-statistik yang bervariasi antara 0 (mengindikasikan kecocokan yang buruk) dan 1.0 (mengindikasikan kecocokan yang sempurna). Angka yang lebih tinggi dalam indeks ini menandakan tingkat kecocokan yang lebih baik. Nilai minimum yang dapat diterima untuk Goodness-of-Fit Index (GFI) adalah 0,90 atau lebih.

3) *Adjusted Goodness of Fit* (AGFI)

Adjusted Goodness-of-Fit Index (AGFI) adalah versi modifikasi dari GFI yang memperhitungkan derajat kebebasan. Disarankan untuk menerima sebuah model apabila AGFI sama dengan atau lebih besar dari 0,90.

4) CMIN/DF

CMIN/DF dihitung dengan membagi statistik chi-square (CMIN) dengan Derajat Kebebasan (DF). Ini dipergunakan sebagai metrik untuk menilai tingkat kecocokan model. Nilai CMIN/DF $< 2,00$ dianggap dapat diterima, menandakan bahwa model dapat diterima.

5) CFI (*Comparative Fit Index*)

Ukuran ini tidak terpengaruh oleh ukuran sampel, sehingga ideal untuk menilai tingkat penerimaan model. Indeks CFI adalah skala numerik yang merentang dari 0 hingga 1. Nilai yang mendekati 1 pada skala ini mengindikasikan tingkat penerimaan yang lebih besar untuk model tersebut. Nilai CFI minimum yang diprediksi adalah 0,95 atau lebih tinggi. Ketika mengevaluasi sebuah model, sangat disarankan untuk

menggunakan indeks CFI karena umumnya tidak terpengaruh oleh ukuran sampel dan kompleksitas model.

6) NFI (*Normed-fit index*)

Sebuah metrik untuk mengevaluasi seberapa baik sebuah model cocok dengan data jika dibandingkan dengan model referensi atau model nol. Dalam banyak kasus, variabel dalam model yang diestimasi tidak berhubungan satu sama lain, dan inilah yang diklaim oleh model nol. Untuk menunjukkan kecocokan yang baik atau optimal, nilai NFI diharapkan sebesar $>0,95$.

7) RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*)

Untuk mengetahui seberapa baik statistik chi-square bekerja dengan sampel yang besar, Anda dapat menggunakan indeks ini. Sebagai ukuran seberapa baik model yang diharapkan sesuai dengan populasi, nilai RMSEA penting. Nilai RMSEA sebesar 0,08 atau di bawahnya merupakan kriteria untuk menerima sebuah model.

Tabel 3. 3 Goodness of Fit Indices

<i>Goodness of Fit Indices</i>	<i>Cut-off Value</i>
<i>Chi-Square</i>	Diharapkan kecil
Probabilitas	$>0,05$
RMSEA	$<0,08$
GFI	$>0,90$
AGFI	$>0,90$
CMIN/DF	$<2,00$
NFI	$>0,95$
CFI	$>0,95$

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)

3.7.5 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menentukan signifikansi statistik dari korelasi antara setiap variabel yang diteliti. Penelitian ini menerapkan uji hipotesis dengan menganalisis nilai t-statistik dan nilai probabilitas (P-value) yang sesuai. Berikut ini adalah kriteria evaluasinya:

- a) Nilai t-statistik $>1,96$, yang mewakili nilai statistik untuk alpha 5%, terbukti signifikan.
- b) Nilai p-value kurang dari 0,05, nilai probabilitas dipakai.

Ketika t-statistik lebih dari 1,96 dan nilai p-value kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa kondisi untuk menerima hipotesis telah terpenuhi (Basuki dan Tami, 2022).