

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Bekasi. Peneliti memilih Bekasi sebagai lokasi penelitian karena masih terbatasnya pembahasan mengenai e-loyalty pengguna Gopay di wilayah tersebut. Oleh karena itu, Bekasi dipilih sebagai fokus penelitian. Rentang waktu penelitian berlangsung dari Januari 2024 hingga Agustus 2024, dimulai dengan pencarian data dan topik penelitian, dilanjutkan dengan pengumpulan data, analisis data, dan akhirnya menyajikan temuan dalam bentuk skripsi.

3.2 Desain Penelitian

3.2.1 Metode penelitian

Penelitian adalah langkah-langkah yang diambil untuk menjawab pertanyaan, menyelesaikan masalah, atau memahami suatu fenomena dengan tujuan mencapai hasil yang diinginkan yang dikenal dengan metodologi penelitian (Rizal & Wijayanti, 2021). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif fokus pada pengujian teori dengan mengukur variabel menggunakan data numerik dan menganalisisnya menggunakan metode statistik. Pendekatan ini bersifat deduktif untuk menguji hipotesis, penelitian ini juga menggunakan paradigma tradisional, positif, eksperimental atau empiris (Rizal & Wijayanti, 2021). Metode kuantitatif dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengumpulkan data numerik yang akurat dan dapat diandalkan mengenai pengaruh e-service quality dan e-trust terhadap e-loyalty, dengan e-satisfaction sebagai variabel intervening pada pengguna Gopay.

3.2.2 Jenis Data

Data yang dipakai dalam penelitian ini diperoleh dari sumber primer dan sekunder, di mana data primer diutamakan sebagai pusat perhatian dalam studi ini. Data *primer* dalam penelitian diperoleh secara langsung dari sumbernya melalui metode pengukuran, pengisian angket, observasi, wawancara dan teknik lainnya (Hardani, 2020). Data utama akan diperoleh dari tanggapan yang diberikan melalui kuesioner yang dibagikan oleh peneliti kepada responden, yang selanjutnya akan

diolah dan dianalisis oleh peneliti. Data pendukung didapat tidak langsung dari sumber lain seperti laporan, profil, buku, atau sumber pustaka lainnya yang disediakan oleh orang lain atau lembaga (Hardani, 2020). Peneliti mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, termasuk jurnal penelitian sebelumnya, buku, artikel, dan berita terpercaya yang relevan dengan topik penelitian ini.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah gambaran umum yang terdiri dari objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik khusus. Penentuan populasi ditentukan oleh peneliti yang kemudian menggunakan kesimpulan dari penelitian tersebut (Valentina, 2020). Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Gopay yang berdomisili di Kota Bekasi, alasan peneliti memilih Kota Bekasi sebagai populasi karena menurut Nadhilah & Hasanah, (2022) menyatakan bahwa Kota Bekasi merupakan juara ekonomi digital 2021 yang menandakan bahwa Kota Bekasi memiliki tingkat digitalisasi paling tinggi ini menjadi alasan mengapa peneliti memilih Kota Bekasi sebagai populasi dalam penelitian ini

3.3.2 Sample

Sample merupakan sebagian dari populasi yang dipilih menggunakan teknik *sampling* disini sampel harus bisa mencerminkan keadaan populasi secara tepat, sehingga kesimpulan dari penelitian berdasarkan sampel dapat dianggap sebagai kesimpulan yang berlaku untuk populasi (Hardani, 2020). Metode yang akan diterapkan dalam studi ini adalah teknik non-probability sampling, terutama purposive sampling. Teknik ini dipilih karena peneliti memahami bahwa informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh dari kelompok atau target spesifik yang memenuhi kriteria yang telah dirumuskan oleh peneliti. (Rizal & Wijayanti, 2021), karena itu peneliti memberikan syarat yang dipilih untuk merepresentasi responden dalam skripsi ini yaitu:

- a. Masyarakat tinggal di Kota Bekasi

Peneliti memilih wilayah tersebut karena menurut Nadhilah & Hasanah, (2022) Kota Bekasi merupakan juara ekonomi digital 2021 yang menandakan bahwa Kota Bekasi memiliki tingkat digitalisasi paling tinggi

b. Masyarakat yang memiliki aplikasi Gopay

Penentuan responden dengan kriteria pengguna Gopay karena peneliti meneliti objek Gopay

c. Berumur 18-45 tahun

Alasan peneliti memilih populasi yang berumur 18-45 tahun adalah karena merupakan umur Gen Z dimana Nadhilah & Hasanah, (2022) menyatakan bahwa Gen Z adalah generasi yang peka terhadap teknologi dimana dompet digital menjadi opsi pembayaran yang diminati oleh Gen Z.

d. Pernah melakukan transaksi menggunakan Gopay

Penentuan responden dengan kriteria pernah menggunakan Gopay karena peneliti ingin mengetahui apa kekurangan dan kelebihan Gopay dari pengguna yang menggunakan Gopay

Dalam pengambilan jumlah sampel dalam jurnal (Rahadi, 2023) menyatakan bahwa sampel yang digunakan untuk penelitian PLS relatif kecil yaitu 30-50 sampel. Dalam (Sarstedt et al., 2021) menyatakan Ukuran sampel untuk PLS (Partial Least Squares) ditentukan dengan mengalikan jumlah indikator yang digunakan untuk mengukur satu konstruk variabel dengan sepuluh. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, ukuran sampel dihitung sebagai 10 kali jumlah indikator terbanyak yang digunakan untuk mengukur satu konstruk variabel. Dalam penelitian ini, jumlah indikator terbanyak adalah 11, yang digunakan untuk menilai variabel e-Service Quality. Hasilnya, 10 dikalikan 11 indikator menghasilkan 110 responden. Dengan demikian, ukuran sampel untuk penelitian ini terdiri dari 110 pengguna Gopay yang tinggal di Kota Bekasi, dianggap cukup untuk mewakili populasi dalam penelitian ini.

3.4 Pengembangan instrumen

Instrumen penelitian terdiri dari perangkat pengukuran data dan ukuran juga dikenal sebagai *scale dan measurement* (Rizal & Wijayanti, 2021). Penelitian ini mencakup dua variabel independen, satu variabel dependen, dan satu variabel mediasi. dibawah ini merupakan pengertian lebih lanjut mengenai definisi konseptual dan operasional dari masing-masing variabel tersebut, sebagai berikut:

3.4.1 Variabel Bebas

a. *e-service quality*

Definisi Konseptual

Menurut Fahira et al. (2022) *e-service quality* atau yang juga dikenal sebagai *e-servqual*, merupakan versi baru dari *service quality*. *e-service quality* dikembangkan untuk mengevaluasi suatu pelayanan yang diberikan pada jaringan Internet. Wuisan (2021) menyatakan bahwa *e-service quality* merupakan kemampuan sebuah *Website* dalam membantu kegiatan pembelajaran, transaksi, dan pengiriman produk dan jasa secara efektif, *e-service quality* memiliki perbedaan yang signifikan dengan layanan konvensional yang disediakan secara langsung kepada pelanggan, karena bergantung pada aliran interaktif informasi antara pelanggan dan penyedia layanan yang menggunakan platform elektronik (Ningsih et al., 2022).

Definisi operational

Variabel	Dimensi	Indikator
E-Service Quality (X1)	Efficiency	1. Aplikasi Gopay sangat mudah untuk diakses 2. Aplikasi Gopay mudah digunakan
	Privacy	3. Aplikasi Gopay tidak akan menyebarkan data pribadi saya 4. informasi pribadi saya saat bertransaksi di Gopay terlindungi 5. Aplikasi Gopay tidak akan memberikan data pribadi saya
	Responsiveness	6. Aplikasi Gopay menangani masalah dan keluhan pengguna dengan cepat 7. Aplikasi Gopay memberikan dukungan pelanggan

Variabel	Dimensi	Indikator
		8. layanan customer service Gopay mudah dihubungi
	Contact	9. Tim layanan Gopay sangat menolong ketika kita kesusahan 10. Gopay memberikan kontak untuk dihubungi 11. tidak sulit untuk mengkontak Gopay jika saya mengalami keluhan

Sumber: data diolah oleh peneliti(2024)

b. E-Trust

Definisi Konseptual

e-trust adalah keyakinan dan kepercayaan yang muncul pada konsumen saat melakukan transaksi online, dimana mereka yakin bahwa perusahaan akan memenuhi janji sesuai dengan harapan yang ditetapkan berdasarkan informasi yang disampaikan melalui situs web perusahaan tersebut (Syahidah & Aransyah, 2023), Rahmawaty et al. (2021) menyatakan bahwa *e-trust* adalah dasar permulaan untuk membangun dan mempertahankan hubungan antara penjual online dengan konsumen. *e-trust* adalah keyakinan konsumen terhadap penyedia produk atau jasa bahwa mereka dapat dipercaya dan diandalkan dalam memenuhi janji mereka sesuai dengan harapan konsumen secara daring (Liani & Yusuf, 2021).

Intelligentia - Dignitas

Definisi operasional

E-Trust (X2)	Benevolence	1. Saya percaya bahwa Gopay sangat berdedikasi dalam melindungi kepentingan dan keamanan penggunanya. 2. Jika ada masalah yang muncul, saya yakin Gopay akan mengambil semua langkah yang diperlukan untuk menanganinya dengan efektif.	Nastiti et al., (2023), Syahidah & Aransyah, (2023), Rahmawaty et al. (2021)
	Ability	3. Aplikasi Gopay memberikan pelayanan yang baik 4. saya yakin aplikasi Gopay bisa memberikan pelayanan dan perlindungan jika konsumen mengalami masalah	
	Integrity	5. saya percaya dengan apa yang ditawarkan aplikasi Gopay 6. saya percaya bahwa Gopay merupakan aplikasi yang jujur	

Sumber: data diolah oleh peneliti (2024)

Intelligentia - Dignitas

3.4.2 Variabel Terikat

a. E-Loyalty

Definisi Konseptual

e-loyalty adalah perluasan dari loyalitas konvensional. *e-loyalty* menunjukkan sejauh mana keinginan pelanggan untuk kembali mengunjungi situs web perusahaan, sementara loyalitas konvensional menunjukkan penggunaan

berkelanjutan barang atau jasa dari suatu perusahaan (Valentina, 2020), *e-loyalty* merupakan evolusi dari *loyalty* yang pada dasarnya memiliki makna yang sama yaitu kesetiaan, akan tetapi jika loyalitas terjadi interaksi langsung antara konsumen dan penjual, *e-loyalty* menggunakan menggunakan internet sebagai media perantara menghilangkan kebutuhan akan kontak langsung (Waruwu & Sahir, 2022), Liani & Yusuf (2021) menyatakan bahwa *e-loyalty* adalah kesetiaan pelanggan untuk secara berulang mengunjungi situs web dan melakukan transaksi online secara konsisten di masa mendatang tanpa dipengaruhi oleh upaya pemasaran dari pesaing dan hadirnya dorongan untuk berbagi informasi ke orang lain.

Definisi operasional

E-Loyalty (Y)	Cognitive	1.Saya bersedia melakukan transaksi lagi menggunakan gopay 2. Gopay menyediakan fitur yang sesuai dengan preferensi saya	Valentina, (2020), Liani & Yusuf (2021),
	Affective	3. Saya berniat untuk membeli kembali produk-produk yang ditawarkan di Gopay. 4. Saya secara rutin melakukan pembelian ulang produk melalui Gopay.	
	Conative	5.saya akan mengulangi bertransaksi menggunakan Gopay 6. pengguna akan kembali menggunakan aplikasi Gopay	
	Action	7. pengguna menyarankan Gopay terhadap orang lain	

		8. saya akan membujuk pengguna lain untuk kembali menggunakan gopay	
--	--	---	--

3.4.3 Variabel Mediasi

a. E-Satisfaction

Definisi Konseptual

e-satisfaction adalah kepuasan pelanggan terkait dengan pengalaman pembelian sebelumnya dengan perusahaan *E-Commerce* tertentu. Dalam menjalankan bisnis *online*, upaya untuk mencapai kepuasan pelanggan akan berbeda, dan tugas pemasar adalah menyesuaikan diri dengan perbedaan tersebut sehingga kepuasan terhadap bisnis *online* dapat tercapai (Fahira et al., 2022), Menurut Albetris et al. (2022) menyatakan bahwa *e-satisfaction* adalah hasil evaluasi konsumen terhadap emosi mereka terkait dengan apakah harapan mereka terpenuhi atau tidak, berdasarkan pengalaman berbelanja online, Menurut Visakha & Keni (2022) menyatakan bahwa *e-satisfaction* merujuk pada respon emosional baik kepuasan ataupun ketidakpuasan setelah menggunakan dan membeli produk atau layanan.

Definisi operasional

E-Satisfaction (Z)	Usefulness	1.aplikasi Gopay sangat membantu saya di kehidupan sehari-hari 2. Aplikasi Gopay mempunyai banyak fungsi bagi saya	Fahira et al., (2022), Albetris et al. (2022), Maghfiroh et al. (2022)
	Enjoyment	3. saya puas dengan kemudahan dalam melakukan transaksi menggunakan Gopay 4. saya merasa nyaman dan puas dengan fitur-fitur yang disediakan Gopay	

	Past Experience	5. saya sudah berpengalaman menggunakan dan memahami fitur yang dimiliki Gopay 6. saya sudah paham dengan fitur didalam aplikasi Gopay	
	Decision	7.saya memutuskan untuk menggunakan aplikasi Gopay 8. saya memutuskan untuk menggunakan Gopay karena kemudahan dan kenyamanannya	

Sumber: data diolah oleh peneliti(2024)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menjelaskan metode pengambilan data, baik melalui survei, observasi, atau dokumentasi. Survei bisa dilakukan melalui wawancara atau kuesioner dengan responden, observasi melibatkan pencatatan sistematis terhadap subjek, dan dokumentasi melibatkan pengumpulan, pencatatan, serta pengambilan data dari lokasi penelitian (Rizal & Wijayanti, 2021). Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik pengumpulan data primer dan teknik pengumpulan data sekunder.

Menurut Wijayanti & Rizal, (2021) menyatakan bahwa data primer adalah data yang didapatkan dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data asli. Dalam penelitian ini akan menggunakan kuisisioner yang sudah diolah oleh peneliti Penelitian ini menggunakan Google Forms, yang diubah menjadi tautan dan dibagikan kepada responden melalui platform online seperti WhatsApp, Instagram, dan TikTok. Pendekatan ini dipilih karena efisiensi dan efektivitasnya dalam menjangkau responden, menghemat waktu dan biaya. Selain itu, data sekunder dikumpulkan dengan mengeksplorasi sumber-sumber relevan, seperti jurnal penelitian sebelumnya, buku, dan artikel terpercaya, untuk memperkaya dan melengkapi konten penelitian ini. Menurut Hardani, (2020) menyatakan bahwa skala penilaian umumnya lebih bermanfaat ketika evaluasi perilaku diperlukan, dan sering kali menggunakan skala Likert. Kuesioner dalam

penelitian ini menggunakan skala Likert untuk mengukur indikator, dengan menyediakan lima pilihan jawaban bagi responden: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS). Hertanto dalam jurnal Ulan et al. (2022) menyatakan bahwa kelebihan penelitian yang menggunakan *Skala likert* lima poin adalah peneliti dapat melihat jawaban netral atau tidak setuju, sedangkan hal ini tidak ada jika menggunakan skala likert bentuk empat poin yang tidak menggunakan opsi netral ataupun tidak setuju yang bisa diperiksa di bawah:

Tabel 3.2 Skor skala Likert

Pilihan jawaban angket	Jumlah Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat setuju (SS)	5

Sumber: Hardani (2020)

3.6 Teknik analisis Data

Teknik analisis data merupakan upaya yang dilakukan dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah untuk mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik analisis data maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang sudah ditetapkan (Hardani, 2020). Teknik analisis yang digunakan dalam Penelitian ini menggunakan teknik analisis jalur dengan menerapkan metode Structural Equation Modelling Partial Least Square_ (SEM-PLS), yang dijalankan melalui perangkat lunak SmartPLS. Ini digunakan karena memungkinkan para peneliti untuk secara simultan mengevaluasi hubungan dalam kerangka yang kompleks, yang mencakup berbagai konstruksi, variabel indikator, dan jalur struktural (Rahadi, 2023). Adapun Prosedur yang dilakukan untuk analisis data dan pemodelan persamaan struktural menggunakan perangkat lunak SmartPLS 3.0 meliputi langkah-langkah berikut:

3.6.1 Evaluasi model outer

ini berfungsi untuk memeriksa keandalan, konsistensi internal, dan validitas variabel yang diamati (yang diukur melalui kuesioner) bersama dengan variabel yang tidak diamati (Rahadi, 2023). Evaluasi dan analisis _outer model_ melibatkan beberapa tahapan, seperti pengujian validitas (termasuk _convergent validity_ dan _discriminant validity_) dengan menilai nilai AVE (_Average Variance Extracted_), serta pengujian reliabilitas (meliputi _composite reliability_ dan _Cronbach's Alpha_). (Rahadi, 2023).

1. Uji Validitas

a. *Convergent Validity*

adalah tentang hubungan antara tanggapan dari berbagai variabel dalam mengevaluasi konsep yang sama. Ini memastikan bahwa variabel tersebut benar-benar terkait dengan konsep yang terukur (Sarstedt et al., 2021). Dalam penelitian ini menggunakan teori dalam jurnal Rahadi. (2023) yang menyatakan Nilai loading factor yang dapat diterima dalam outer loading harus lebih dari 0,7. Dengan demikian, jika nilai outer loading kurang dari 0,7, hal ini menunjukkan bahwa nilai tersebut tidak memenuhi kriteria convergent validity.

b. *Discriminant validity*

Validitas diskriminan menunjukkan apakah tes yang dibuat untuk mengukur suatu konstruk tertentu tidak memiliki korelasi dengan tes yang mengukur konstruk yang berbeda. Prinsipnya adalah bahwa kita tidak akan mengharapkan hasil yang serupa dari dua tes yang dimaksudkan untuk mengukur hal yang berbeda. Ada dua metode yaitu cross loading variabel indikator dan FornellLarcker. *Cross loading variabel* indikator terhadap variabel laten harus lebih besar nilainya terhadap variabel laten yang lain. *Fornell-Larcker* yaitu akar dari AVE untuk setiap laten harus lebih besar dari korelasi antarvariabel laten (Rahadi, 2023).

2. *Average Variance Extracted (AVE)*

Pengukuran validitas diskriminan juga bisa diperoleh melalui nilai *Average Variant Extracted (AVE)*. Sebuah model pengukuran dianggap baik jika nilai AVE dari konstruk laten $> 0,5$ (Rahadi, 2023).

3. Uji Reliabilitas

a. *Composite Reliability*

Uji reliabilitas konstruk diukur dengan *composite reliability* dan cronbach's alpha (Sihombing et al., 2022). *Composite reliability* mengukur seberapa baik variabel yang membentuk konstruksi dipresentasikan dalam pemodelan persamaan struktural dan nilai batas *composite reliability* adalah $> 0,7$ (Hardani, 2020)

b. *Cronbach's Alpha*

Uji reliabilitas ini dapat diperkuat dengan melihat nilai cronbach's alpha $> 0,7$ untuk semua konstruk (Sihombing et al., 2022)

3.6.2 Analisis *Inner Model*

Analisis inner model menjelaskan tentang hubungan antara variabel laten independen dan variabel laten dependen (Sarstedt et al., 2021). Analisis *inner model* diuji dengan menggunakan *R-square* untuk variabel dependen dan nilai koefisien *path* untuk variabel independen yang kemudian dinilai signifikansinya berdasarkan nilai *t-statistic* setiap *path* (Sihombing et al., 2022). Dalam melakukan analisis *inner model* yang harus dilakukan yaitu:

a. *R square*

Nilai R Square adalah ukuran determinasi dalam model endogen. Biasanya, nilai R square sekitar 0.67 (kuat), 0.33 (moderat), dan 0.19 (lemah), mengindikasikan kekuatan hubungan antar variabel. Koefisien determinasi yang disesuaikan (R square Adjusted) digunakan untuk mengevaluasi seberapa signifikan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen (Sihombing et al., 2022).

3.6.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan metode Bootstrapping yang dikembangkan oleh Geisser dan Stone. Penerapan metode resampling ini memungkinkan analisis data yang tidak terikat pada distribusi tertentu, sehingga tidak memerlukan asumsi bahwa data terdistribusi secara normal atau memerlukan ukuran sampel besar (Sihombing et al., 2022). Dalam uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai t-statistik dan nilai probabilitasnya (*p-value*) dengan kriteria sebagai berikut

a. nilai statistik untuk alpha yaitu nilai t statistik $> 1,96$

b. nilai probabilitas yang digunakan jika nilai $p\text{-value} < 0,05$ maka signifikan

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kriteria penerimaan hipotesis (dugaan hipotesis jika nilai t statistik $> 1,96$ dan $p\text{-value} < 0,05$ (Sihombing et al., 2022).



Intelligentia - Dignitas