

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Waktu Dan Tempat Penelitian**

##### **1. Waktu Penelitian**

Penelitian ini membutuhkan waktu selama 7 (tujuh) bulan, yaitu terhitung mulai bulan Januari 2020 sampai Juli 2020. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian, karena jadwal peneliti sudah tidak padat, sehingga bisa memudahkan peneliti dan dirasa efektif bagi peneliti untuk melakukan penelitian.

##### **2. Tempat Penelitian**

Tempat penelitian ini dilakukan di seluruh wilayah Jakarta, seperti Jakarta Timur, Jakarta Barat, Jakarta Selatan, Jakarta Utara dan Jakarta Pusat. Peneliti memilih responden yang berdomisili di Jakarta karena menurut Bachdar (2018) berdasarkan hasil riset *Snapcart* tahun 2018 mengenai perilaku belanja *e-commerce* di Indonesia menunjukkan bahwa penduduk Pulau Jawa dan Sumatera Utara merupakan pembelanja *online* yang paling dominan. Berdasarkan data geografi, pembelanja *e-commerce* tertinggi di Indonesia, yakni DKI Jakarta (22%), Jawa Barat (21%), Jawa Timur (14%), Jawa Tengah (9%), Banten (8%), dan Sumatera Utara (6%). Oleh karena itu, peneliti memilih Jakarta sebagai tempat penelitian.

## **B. Pendekatan Penelitian**

### **1. Metode Penelitian**

Menurut Sugiyono (2013: 24), definisi metodologi penelitian secara umum diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu dan kegunaan tertentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Alasan peneliti memilih metode ini dikarenakan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat dan terdapat mediasi yang mempengaruhi.

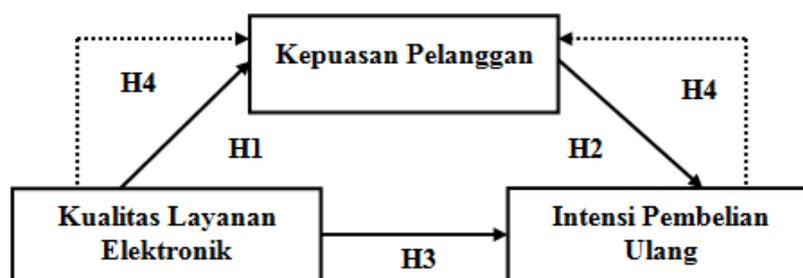
Neuman (1994: 222) mengatakan penelitian survei adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian survei, peneliti menanyakan ke beberapa orang (yang disebut dengan responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu objek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Penelitian survei berkenaan dengan pertanyaan tentang keyakinan dan perilaku dirinya sendiri. Pendekatan penelitian pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Supardi (2013: 19), pendekatan kuantitatif lebih cocok digunakan untuk meneliti bila permasalahan sudah jelas, datanya teramati dan terukur, peneliti bermaksud menguji hipotesis dan membuat generalisasi.

## 2. Konstelasi Pengaruh antar Variabel

Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan bahwa:

- a. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan elektronik terhadap intensi pembelian ulang pada pengguna Tokopedia di Jakarta.
- b. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Tokopedia di Jakarta.
- c. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap niat pembelian ulang pada pengguna Tokopedia di Jakarta.
- d. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan elektronik terhadap intensi pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan pada pengguna Tokopedia di Jakarta.

Maka dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2020)

**Gambar III.1** Konstelasi Kualitas Layanan Elektronik dan Kepuasan Pelanggan dengan Intensi Pembelian Ulang

## C. Populasi Dan Sampel

### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2012: 117), populasi adalah wilayah generaliasi yang terdiri atas: obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Tokopedia yang berdomisili di Jakarta.

### 2. Sampel

Berdasarkan populasi tersebut akan diambil sampel penelitian. Sugiyono (2012: 118) menjelaskan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini diambil secara *purposive*. Menurut Neuman (1994: 198), *Purposive sampling* adalah jenis pengambilan sampel yang dapat diterima untuk situasi khusus dengan menggunakan penilaian seorang ahli dalam memilih kasus, atau memilih kasus dengan tujuan tertentu dalam pikiran dan digunakan dalam penelitian eksplorasi atau dalam penelitian lapangan. Sedangkan menurut Sugiyono (2012: 124), *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel untuk penelitian ini adalah pengguna Tokopedia yang berdomisili di Jakarta dan minimal 3 kali dalam melakukan transaksi pembelian dalam waktu 6 bulan terakhir, berjumlah 200 responden.

## **D. Penyusunan Instrumen**

Penelitian ini meneliti tiga variabel, yaitu variabel Kualitas Layanan Elektronik (X), variabel Kepuasan pelanggan (Y) dan variabel Kepuasan Intensi Pembelian Ulang (Z). Adapun instrumen untuk mengukur ketiga variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

### **1. Intensi Pembelian Ulang**

#### **a. Definisi Konseptual Intensi Pembelian Ulang**

Intensi pembelian ulang adalah pelanggan yang melakukan pembelian ulang produk/ jasa yang sama, berbelanja ditempat yang sama dengan mempertimbangkan situasinya saat ini dan keadaan yang memungkinkan untuk mempertahankan hubungan di masa depan.

#### **b. Definisi Operasional Intensi Pembelian Ulang**

Variabel intensi pembelian ulang diukur dengan 3 (tiga) indikator, melakukan lebih banyak pembelian melalui toko online yang sama di masa depan, meningkatkan pembelian melalui toko online yang sama, dan mempergiat pembelian melalui toko online yang sama.

#### **c. Kisi – kisi Instrumen Intensi Pembelian Ulang**

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel intensi pembelian ulang yang diuji cobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel intensi

pembelian 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.1

**Tabel III.1 Kisi-kisi Instrumen Intensi Pembelian Ulang**

Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
	(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Melakukan lebih banyak pembelian melalui toko online yang sama di masa depan	1,2,3	–		1,2,3	–	1,2,3	–
Meningkatkan pembelian melalui toko online yang sama	4,5	–		4,5	–	4,5	–
Mempergiat pembelian melalui toko online yang sama.	6,7	–	6	7	–	6	–

Sumber: Rita, Oliveira, dan Farisa (2019)

Kemudian untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrument penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Menurut Sugiyono (2012: 135), bentuk skala *likert* yang digunakan pada penelitian ini adalah:

**Tabel III.2 Skala Penilaian Instrumen Intensi 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 Intensi Pembelian Ulang

Proses pengembangan instrumen intensi pembelian ulang dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala likert yang mengacu pada model indikator-indikator variabel intensi pembelian ulang terlihat pada tabel III.1 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel intensi 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 intensi pembelian ulang sebagaimana tercantum pada tabel III.1. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diuji cobakan kepada 30 pengguna Tokopedia berdomisili di 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. Instrumen yang di uji coba di analisis dengan tujuan untuk menyeleksi butir – butir yang valid dan dapat terlihat bahwa instrumen tersebut dapat mewakili indikator dari variabel yang di ukur. Rumus yang digunakan dalam adalah sebagai berikut:

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

**Keterangan:**

$r_{it}$  = koefisien korelasi antara skor butir soal dengan skor total

$x_i$  = deviasi skor 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.

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. Menurut A.Maolani (2010: 145) uji reliabilitas dengan rumus Alpha Cronbach, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right)$$

**Keterangan:**

$r_{ii}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyak butir pernyataan (yang valid)

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

$St^2$  = Varian dari skor total

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

$$S_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}$$

**Keterangan:**

$S_i^2$  = Simpangan baku

$n$  = Jumlah populasi

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

$\sum X_i$  = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $S_i^2 = 0,26$ ,  $St^2 = 6,23$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,6311 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 9 halaman 122). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk ke dalam kategori tinggi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 6 butir pertanyaan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur intensi pembelian ulang.

## **2. Kualitas Layanan Elektronik**

### **a. Definisi Konseptual Kualitas Layanan Elektronik**

Kualitas layanan elektronik adalah faktor penting dalam menarik konsumen potensial, mendorong pembelian pertama kali dan mempertahankan pembelian berulang secara efektif dan efisien untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang relevan pada kualitas penawaran layanan elektronik di *virtual marketplace*.

### **b. Definisi Operasional Kualitas Layanan Elektronik**

Variabel kualitas layanan elektronik diukur dengan 4 (empat) dimensi, yaitu *Efficiency* dengan berkaitan dengan kemudahan dan kecepatan mengakses dan menggunakan situs. *System Availability* berkaitan dengan sejauh mana situs berjanji tentang pengiriman pesanan dan ketersediaan barang terpenuhi. *Fulfillment* berkaitan dengan fungsi teknis situs yang benar. *Privacy* berkaitan dengan sejauh mana situs tersebut aman dan melindungi informasi pelanggan.

### **c. Kisi-kisi Instrumen Kualitas Layanan Elektronik**

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel intensi pembelian ulang yang diuji cobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel intensi pembelian 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.3

**Tabel III.3 Kisi-kisi Instrumen Kualitas Layanan Elektronik**

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
<i>Efficiency</i>	Kemudahan dan kecepatan mengakses dan menggunakan situs.	1,2, 3,4	-		1,2, 3,4	-	1,2, 3,4	-
<i>Fulfillment</i>	Sejauh mana situs berjanji tentang pengiriman pesanan dan ketersediaan barang terpenuhi.	5,6, 7	-		5,6, 7	-	5,6, 7	-
<i>System Availability</i>	Fungsi teknis situs yang benar.	8,9, 10	-		8,9, 10	-	8,9, 10	-
<i>Privacy</i>	Sejauh mana situs tersebut aman dan melindungi informasi pelanggan.	11, 12, 13	-	13	11, 12	-	11, 12	-

Sumber: Parasuraman, Zeithaml, dan Malhotra (2005)

Kemudian untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrument penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Menurut Sugiyono (2012: 135), bentuk skala *likert* yang digunakan pada penelitian ini adalah:

**Tabel III.4 Skala Penilaian Instrumen Intensi 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 Kualitas Layanan Elektronik**

Proses pengembangan instrumen kualitas layanan elektronik dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala likert yang mengacu pada model indikator-indikator variabel kualitas layanan elektronik terlihat pada tabel III.3 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel kualitas layanan elektronik.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel kualitas layanan elektronik sebagaimana tercantum pada tabel III.3. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diuji cobakan kepada 30 pengguna Tokopedia berdomisili di 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. Instrumen yang di uji coba di analisis dengan tujuan untuk menyeleksi butir – butir yang valid dan dapat terlihat bahwa instrumen tersebut dapat mewakili indikator dari variabel yang di ukur. Rumus yang digunakan dalam adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum xixt}{\sqrt{\sum xi^2 \sum xt^2}}$$

**Keterangan:**

$r_{it}$  = koefisien korelasi antara skor butir soal dengan skor total

$x_i$  = deviasi skor 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. 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. Menurut A.Maolani (2010: 145) uji reliabilitas dengan rumus Alpha Cronbach, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right)$$

**Keterangan:**

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

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

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

**Keterangan:**

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

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $Si^2 = 0,49$ ,  $St^2 = 18,44$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,8372 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 14 halaman 127). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk ke dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 12 butir pertanyaan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur intensi pembelian ulang.

### **3. Kepuasan Pelanggan**

#### **a. Definisi Konseptual Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana kebutuhan dan keinginan yang dirasakan oleh pembeli atas kinerja perusahaan yang telah memenuhi harapan.

#### **b. Definisi Operasional Kepuasan Pelanggan**

Variabel intensi kepuasan pelanggan diukur dengan 3 indikator, yaitu merasa puas dengan situs belanja online, situs belanja online semakin dekat dengan pengecer online yang ideal, dan situs belanja online selalu memenuhi kebutuhan.

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

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan yang diuji cobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan 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.5

**Tabel III.5 Kisi-kisi Instrumen Intensi Pembelian Ulang**

Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
	(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Merasa puas dengan situs belanja online	1,2,3	-		1,2,3	-	1,2,3	-
Situs belanja online semakin dekat dengan pengecer online yang ideal	4,5,6,7	-	4	5,6,7	-	4,5,6	-
Situs belanja online selalu memenuhi kebutuhan.	8,9,10	-		8,9,10	-	7,8,9	-

Sumber: Rita, Oliveira, dan Farisa (2019)

Kemudian untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrument penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Menurut Sugiyono (2012: 135), bentuk skala *likert* yang digunakan pada penelitian ini adalah:

**Tabel III.6 Skala Penilaian Instrumen Intensi 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 Kepuasan Pelanggan

Proses pengembangan instrumen kepuasan pelanggan dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala likert yang mengacu pada model indikator-indikator variabel kepuasan pelanggan terlihat pada tabel III.5 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel kepuasan 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 kepuasan pelanggan sebagaimana tercantum pada tabel III.5. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diuji cobakan kepada 30 mahasiswa 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. Instrumen yang di uji coba di analisis dengan tujuan untuk menyeleksi butir – butir yang valid dan dapat terlihat bahwa instrumen tersebut dapat mewakili indikator dari variabel yang di ukur. Rumus yang digunakan dalam adalah sebagai berikut:

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

**Keterangan:**

$r_{it}$  = koefisien korelasi antara skor butir soal dengan skor total

$x_i$  = deviasi skor 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.

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. Menurut A.Maolani (2010: 145) uji reliabilitas dengan rumus Alpha Cronbach, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right)$$

**Keterangan:**

$r_{ii}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyak butir pernyataan (yang valid)

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

$St^2$  = Varian dari skor total

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

$$S_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}$$

**Keterangan:**

$S_i^2$  = Simpangan baku

$n$  = Jumlah populasi

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

$\sum X_i$  = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $S_i^2 = 0,37$ ,  $S_t^2 = 13,78$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,7926 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 19 halaman 132). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk ke dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 9 butir pertanyaan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur intensi pembelian ulang.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti dalam mengumpulkan data menggunakan data primer, dengan mendapatkan informasi langsung dari sumbernya melalui angket atau kuisisioner dalam bentuk *Google Form* yang kemudian disebarakan melalui Whatsapp, Line atau media sosial lainnya. Menurut Nikolaus Duli (2019: 84), kegiatan pengumpulan data dimulai setelah masalah penelitian ditetapkan dan desain atau rencana penelitian dikerjakan. Ada dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang baru dan pertama kali dikumpulkan dan merupakan data asli yang diperoleh langsung oleh peneliti dari sumbernya. Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh orang lain dan yang telah melewati proses statistik.

Dominikus Dolet Unaradjan (2019: 130-132) mengatakan metode (cara atau teknik) menunjuk suatu kata yang abstrak dan tidak diwujudkan dalam benda, tetapi hanya dapat dilihat penggunaannya melalui: angket atau kuisisioner, wawancara, pengamatan, ujian (tes), dokumentasi, dan lainnya. Angket atau kuisisioner adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia menjadi responden memberikan respons (tanggapan) sesuai dengan permintaan pengguna. Tujuan penyebaran angket atau kuisisioner ialah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dan responden tanpa merasa khawatir bila memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan. Disamping itu, responden mengetahui informasi tertentu yang diminta.

## F. Teknik Analisis Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk dapat menentukan pengaruh secara langsung ataupun tidak langsung dalam suatu besaran pengaruh satu variabel dengan variabel yang lain. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS vs 24.0. Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

### 1. Uji Persyaratan Analisis

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi dengan normal atau tidak. Agar dapat mengetahui apakah model yang peneliti gunakan memiliki distribusi normal atau tidak yaitu dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* Supardi (2013: 129). Hipotesis penelitiannya adalah:

Ho : artinya data berdistribusi normal

Ha : artinya data tidak berdistribusi normal

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

- 1) Jika signifikansi  $\geq 0,05$  maka data berdistribusi normal.
- 2) Jika signifikansi  $\leq 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal.

**b. Uji Linieritas**

Purnomo (2016: 94), mengatakan bahwa “Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui linieritas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak”. Pengujian dengan menggunakan Test of Linearity pada taraf signifikansi 0,05. Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,05. Hipotesis penelitiannya adalah:

Ho : Model regresi linier

Ha : Model regresi tidak linier

Pengujian linearitas dilakukan dengan menggunakan *Deviation from Linearity*, yaitu menggunakan kriteria sebagai berikut :

- a) Jika signifikansi pada *Deviation from Linearity*  $\geq 5$  maka artinya terdapat hubungan linear antara variabel X dan Y
- b) Jika signifikansi pada *Deviation from Linearity*  $\leq 5$  maka artinya tidak terdapat hubungan linear antara variabel X dan Y

## 2. Uji Pengaruh Langsung (*Path Analysis*)

Menurut Supardi (2013: 271), analisis jalur adalah suatu Teknik pengembangan dari regresi linier berganda. Teknik ini digunakan untuk menguji besarnya sumbangan (kontribusi) yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antar variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  terhadap  $Y$  serta dampaknya terhadap  $Z$ . Sedangkan menurut Fearn, Retherford, and Choe (1993: 93), analisis jalur ialah suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung.

Selanjutnya menurut Sanusi dalam Supardi (2013: 272), analisis jalur adalah hubungan kausalitas yang menunjukkan pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel dapat diukur besarnya. Namun asumsi yang perlu diperhatikan dalam analisis jalur antara lain:

- 1) Hubungan antara variabel haruslah linier dan aditif.
- 2) Semua variabel residu tidak mempunyai korelasi satu sama lain.
- 3) Pola hubungan antara variabel adalah rekursif (searah), dan
- 4) Skala dari semua skala pengukuran variabel adalah minimal interval.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa analisis jalur adalah teknik untuk menganalisis hubungan secara langsung dan tidak langsung antar variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  terhadap  $Y$  serta dampaknya terhadap  $Z$ . Analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel

dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung dari variabel bebas (exogenous) dan variabel terikat (endogenous) Riduwan (2007). Selain itu model path analysis digunakan untuk menguji besarnya kontribusi yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antar variabel X dan Y terhadap Z. Langkah-langkah menguji analisis jalur (path analysis) sebagai berikut:

**Keterangan:**

Intensi Pembelian Ulang (RI) = Z

Kepuasan Pelanggan (CS) = Y

Kualitas Layanan Elektronik (ESQ) = X

- a. Merumuskan hipotesis dari persamaan struktural

$$Z = \rho_{zy} Y + \rho_{zx} X + \varepsilon_2$$

- b. Menghitung koefisien jalur yang didasarkan pada koefisien regresi

1) Menggambar diagram jalur dan merumuskan persamaan strukturnya.

2) Menghitung koefisien regresi untuk struktur yang telah dirumuskan

3) Menghitung koefisien jalur secara simultan

Uji secara keseluruhan hipotesis statistik dirumuskan sebagai berikut:

- a.  $H_0 : \rho_{zx} = \rho_{zy} = 0$  (Kualitas Layanan Elektronik dan Kepuasan Pelanggan tidak berkontribusi secara simultan terhadap Intensi Pembelian Ulang)
- b.  $H_1 : \rho_{zx} = \rho_{zy} \neq 0$  (Kualitas Layanan Elektronik dan Kepuasan Pelanggan berkontribusi secara simultan terhadap Intensi Pembelian Ulang)

Kaidah pengujian signifikansi menggunakan Program SPSS sebagai berikut:

- a. Jika nilai probabilitas 0.05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas Sig atau [ $\text{Sig} > 0.05$ ], maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak signifikan.
- b. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar dari nilai probabilitas Sig atau [ $\text{Sig} < 0$ ] (Kualitas Layanan Elektronik berkontribusi secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan).

#### 4) Menghitung koefisien jalur secara individu

- a.  $H_0: \rho_{yx} = 0$  (Kualitas Layanan Elektronik tidak berkontribusi secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan).  
 $H_a: \rho_{yx} > 0$  (Kualitas Layanan Elektronik berkontribusi secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan).
- b.  $H_0: \rho_{zy} = 0$  (Kepuasan Pelanggan tidak berkontribusi secara signifikan terhadap Intensi Pembelian Ulang).

Ha:  $\rho_{zy} > 0$  (Kepuasan Pelanggan berkontribusi secara signifikan terhadap Intensi Pembelian Ulang)

c. Ho:  $\rho_{zx} = 0$  (Kualitas Layanan Elektronik tidak berkontribusi secara signifikan terhadap Intensi Pembelian Ulang).

Ha:  $\rho_{zx} > 0$  (Kualitas Layanan Elektronik berkontribusi secara signifikan terhadap Intensi Pembelian Ulang)

5) Menghitung pengaruh tidak langsung dari kualitas layanan elektronik terhadap intensi pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan.

Selanjutnya untuk mengetahui signifikansi analisis jalur bandingkan antara 0,05 dengan nilai Sig dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas Sig atau  $[\text{Sig} > 0.05]$ , maka Ho diterima dan Ha ditolak, artinya tidak signifikan.
- 2) Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar dari nilai probabilitas Sig atau  $[\text{Sig} < 0.05]$ , maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya signifikan.

### 3. Uji Koefisien

#### a. Uji Korelasi

Koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan atau derajat keeratan variabel-variabel independen yang ada dengan variabel dependen dengan rumus :

$$R_{x_1, x_2, y} = \frac{\sqrt{b_1 \cdot \sum x_1 y + b_2 \cdot \sum x_2 y}}{\sum y^2}$$

$$\sum y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

$$\sum x_i y = \sum X_i Y - \frac{(\sum x_i)(\sum Y)}{n}$$

#### Keterangan :

n	= jumlah data dari setiap variabel
$\sum X_i$	= jumlah data $X_i$
$\sum Y$	= jumlah dari Y
$\sum Y^2$	= jumlah dari $Y^2$
$\sum X_i Y$	= jumlah dari $X_i, Y$
b1, b2	= koefisiensi regresi masing-masing variabel

Korelasi *Pearson Product Moment* dilambangkan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari 1 ( $-1 \leq r \leq +1$ ). Apabila nilai  $r = -1$  artinya korelasinya negatif sempurna ;  $r = 0$  artinya tidak ada korelasi. Dan  $r = 1$  berarti korelasinya sangat kuat.

**Tabel III.7 Interpretasi Tingkat Korelasi**

<b>Interval</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00 – 0,19	Sangat Lemah
0,20 – 0,39	Lemah
0,40 – 0,59	Cukup Kuat
0,60 – 0,79	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

**b. Perhitungan Koefisien Determinasi (*R Square*)**

Menurut (Supardi 2013: 188), koefisien determinasi dilambangkan dengan  $r^2$ . Nilai ini menyatakan proporsi variasi keseluruhan dalam nilai variabel dependent yang dapat diterangkan atau diakibatkan oleh hubungan linier dengan variabel independent, selain itu (sisanya) diterangkan oleh variabel yang lain (galat atau peubah lainnya).

Koefisien determinasi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

**Keterangan:**

KD = Koefisien Determinan

r = Koefisien Relasi