BAB III
METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 6 (enam) bulan terhitung mulai bulan Januari 2020 sampai dengan bulan Juli 2020. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat bagi peneliti karena sudah tidak ada lagi jadwal perkuliahan sehingga memudahkan peneliti untuk melakukan penelitian.

2. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta dengan target responden yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang pernah melakukan pembelian di *E-Commerce* Tokopedia. Alasan Peneliti melakukan penelitian di tempat tersebut karena berdasarkan hasil survei awal, terdapat banyak responden yang merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang memiliki kendala ketika melakukan pembelian di Tokopedia.

B. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, Peneliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran)

(Sujarweni, 2015). Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang bebas nilai. Bebas nilai berarti hasil penelitian kuantitatif bersifat netral dan obyektif karena tidak dipengaruhi oleh nilai-nilai yang dibawa peneliti maupun yang diteliti/responden (Sugiyono, 2018). Hal tersebut yang mendasari peneliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2014:2) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode survei. Survei merupakan penelitian yang menguraikan data secara kuantitatif mengenai pendapat atau anggapan dari satu populasi dengan menggunakan sampel untuk diteliti (Saebani, 2017). Peneliti menggunakan instrumen kuesioner dalam pengumpulan data penelitian untuk mendapatkan kesimpulan secara umum dari suatu populasi berdasarkan sampel yang diteliti.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi menurut Sujarweni (2015:80) adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa populasi merupakan keseluruhan objek dan subjek yang bukan hanya berupa manusia, tetapi benda-benda dan kejadian yang memiliki karakteristik yang sama untuk dijadikan data dalam penelitian. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian (Sujarweni, 2015). Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa sampel adalah bagian kecil dari anggota populasi yang digunakan untuk mewakili populasi dalam penelitian.

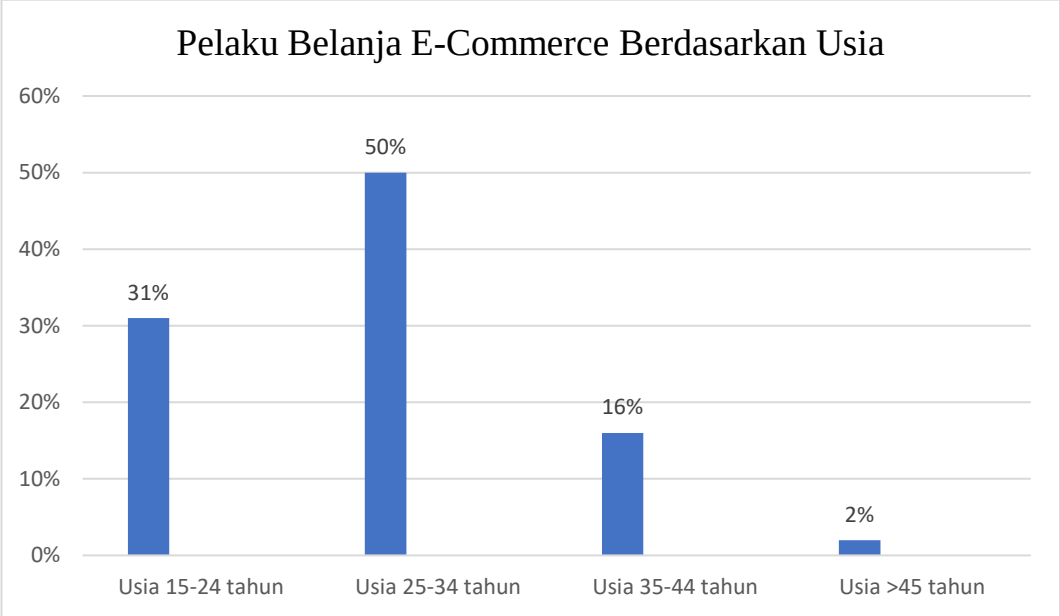
Berdasarkan formulasi pakar yang dikemukakan oleh Roscoe (1975) yang dikutip dalam memberikan beberapa panduan, antara lain:

- Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian
- Dalam penelitian multivariat (termasuk analisis regresi berganda, ukuran sampel sebaiknya 10x lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian

Selanjutnya, menurut Champion (1981) uji-uji statistik yang ada akan sangat efektif jika diterapkan pada sampel yang jumlahnya 30s.d 60 atau dari 120 s.d 250 (Indrawan & Yaniawati, 2017).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah pengambilan sampel purposif (*purposive sampling*) yang termasuk dalam kelompok *non probability sampling*. Menurut Widodo (2017:70) *purposive samping* adalah penentuan sampel yang didasarkan pada karakteristik atau ciri-ciri tertentu berdasarkan ciri atau sifat populasinya. Sampel yang akan diambil dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas

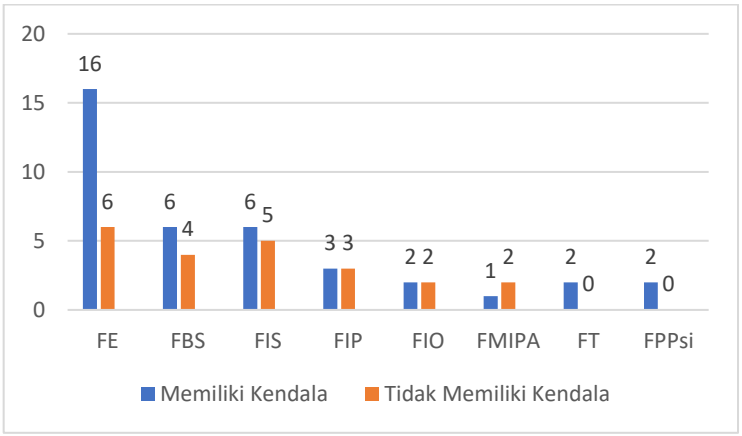
Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang pernah melakukan transaksi pembelian di *E-Commerce* Tokopedia minimal 3 kali dalam enam bulan terakhir yaitu sebanyak >120 responden.



Gambar 3.1 Pelaku Belanja E-Commerce Berdasarkan Usia

Sumber : Snapchart (2018)

Survei lembaga riset Snapcart di Januari 2018 mengungkapkan bahwa generasi millenial menjadi pembelanja terbanyak di bidang *e-commerce* yakni sebanyak 50 persen (25-34 tahun). Jika digabung dengan generasi Z (15-24 tahun) maka jumlah pembelanja dari generasi muda mencapai sekitar 80 persen (Tashandra, 2018). Berdasarkan hal tersebut, peneliti memilih mahasiswa untuk menjadi subjek penelitian ini karena mahasiswa berada dalam rentang usia generasi muda.



Gambar 3.2 Data Setiap Fakultas yang Memiliki Kendala

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2020)

Alasan Peneliti mengambil sampel tersebut karena berdasarkan hasil survei awal sebanyak 16 responden dari 38 responden yang menjawab memiliki kendala dalam melakukan pembelian di Tokopedia yaitu merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta seperti yang ditampilkan dalam Gambar 3.1.

D. Penyusunan Instrumen

Penelitian ini meneliti tiga variabel, yaitu variabel Kepercayaan (X1), variabel Pengalaman Pelanggan (X2) dan variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Dalam mengukur masing-masing variabel, diperlukan kisi-kisi instrumen yang akan diujicobakan terlebih dahulu dan selanjutnya akan digunakan sebagai kisi-kisi instrumen final. Kisi-kisi instrumen yang diuraikan di bagian ini bertujuan untuk memberikan informasi mengenai butir-butir indikator dalam variabel setelah melakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen tersebut diuraikan dalam Tabel 3.1, 3.2 dan 3.3.

Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen Variabel Kepuasan Pelanggan

Konsep	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber	Skala
Kepuasan Pelanggan (Y) • Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang karena membandingkan kinerja Tokopedia dalam melayani pelanggan ketika melakukan pembelian dengan harapan yang dimiliki pelanggan.	Membeli lebih banyak produk	Membeli lebih banyak produk di Tokopedia	Kotler dan Keller (2012)	Skala Likert (lima poin)
	Membicarakan hal-hal yang menyenangkan tentang perusahaan dan produk-produknya	Membicarakan hal-hal yang menyenangkan tentang Tokopedia dan produk-produknya		
	Tidak banyak memberi perhatian pada merek pesaing	Tidak banyak memberi perhatian pada *E-commerce* pesaing		
	Menawarkan produk-produk perusahaan	Menawarkan produk-produk yang dijual di Tokopedia		

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2020)

Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen Kepercayaan

Konsep	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber	Skala
Kepercayaan (X1) • Kepercayaan adalah harapan pelanggan terhadap produk yang dijual oleh Tokopedia	Kemampuan (Doligalski, 2015)	*I think that mobile application service providers deliver authentic products to meet the needs of its users*	Tokopedia menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan	Thakur (2018)	Skala Likert (lima poin)

dan niat untuk menerima kerentanan berdasarkan harapan tersebut.		*I feel safe when I conduct a transaction with this online supermarket.*	Saya merasa aman ketika melakukan transaksi di Tokopedia	Moriuchi dan Takahashi (2016)	
		They perform their role of giving advice very well	Tokopedia dapat mengatasi keluhan pelanggan dengan baik	Hallikainen dan Laukkanen (2018)	
	Integritas (Doligalski, 2015)	*This service provider is trustworthy*	Saya yakin dengan Tokopedia dalam memberikan pelayanan terbaiknya kepada pelanggan	Zhou (2013)	
		This service provider keeps its promise	Tokopedia dapat menepati janjinya dalam hal pengembalian dan terhadap produk yang rusak atau tidak sesuai pesanan pelanggan	Zhou (2013)	
		In my experience this internet bank is very reliable	Berdasarkan pengalaman saya, Tokopedia dapat diandalkan dalam hal menyediakan produk yang berkualitas	Zhu dan Chen (2012)	
	Kebajikan (Doligalski, 2015)	*This service provider keeps customer's*	Tokopedia memperhatikan kepentingan pelanggan	Zhou (2013)	

		interest in mind			
		Based on my experience with online shop, I know they are not opportunistic	Berdasarkan pengalaman saya, pihak penjual di Tokopedia tidak melakukan tindakan yang hanya menguntungkan dirinya sendiri	Pappas et al. (2014)	
		This internet bank is genuinely committed to my satisfaction	Tokopedia benar-benar berkomitmen terhadap kepuasan saya	Zhu dan Chen (2012)	

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2020)

Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen Pengalaman Pelanggan

Konsep	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber	Skala
Pengalaman Pelanggan (X2) • Pengalaman pelanggan adalah tanggapan internal dan subyektif yang dimiliki pelanggan terhadap setiap kontak langsung atau tidak langsung dengan Tokopedia.	*Product Experience*	*I need to choose between different options at XYZ*	Saya memilih pilihan produk dari penjual yang berbeda di Tokopedia	Klaus dan Maklan (2013)	Skala Likert (lima poin)
		I need to receive offers from more than just XYZ	Saya menerima penawaran produk yang lebih beragam dari Tokopedia		
		I need to compare different options from XYZ	Saya membandingkan pilihan produk dari penjual yang berbeda di Tokopedia		
	Outcome Focus	*Staying with XYZ makes the*	Bertahan dengan Tokopedia membuat proses		

		process much easier	pembelian menjadi lebih mudah		
		XYZ gives me what I need swiftly	Tokopedia memberikan apa yang saya butuhkan dengan cepat		
		I prefer XYZ over an alternative provider	Saya lebih memilih Tokopedia daripada *E-commerce* lainnya		
	Moments-of-thruth	*XYZ was flexible in dealing with me and looked out for my needs*	Penggunaan Tokopedia lebih fleksibel dan menyediakan apa yang saya butuhkan		
		XYZ keeps me up to date	Tokopedia membuat saya tidak ketinggalan zaman		
		XYZ is a safe and reputable company	Tokopedia adalah *E-commerce* yang aman dan terkemuka		
	Peace-of-mind	*The whole process with XYZ was easy*	Seluruh proses transaksi pembelian di Tokopedia mudah		
		I stay with XYZ because of my past dealings with XYZ	Saya menggunakan Tokopedia karena saya pernah berbelanja		

			sebelumnya di Tokopedia		
		I am confident in XYZ's expertise	Saya percaya dengan kemampuan Tokopedia dalam hal melindungi keamanan data pribadi pelanggan		

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2020)

Untuk mengukur ketiga variabel di atas, Peneliti menggunakan Skala Likert. Dalam Skala Likert, setiap indikator dalam variabel dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun butir-butir pernyataan. Responden yang mengisi kuesioner dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif jawaban yang disediakan. Masing-masing jawaban memiliki skor yang dimulai dari 1 (satu) sampai dengan 5 (lima). Alternatif jawaban dan masing-masing skor diuraikan dalam Tabel 3.4.

Tabel 3.4 Skala Penilaian Instrumen

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

Sumber : Sugiyono (2014)

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk penelitian, peneliti menggunakan data yang bersumber dari data primer dan data sekunder. Menurut Wahyudi (2017:11) data primer merupakan data yang diambil dari sumbernya, serta belum pernah dipublikasikan oleh instansi tertentu. Data primer yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu berupa tanggapan responden dari hasil kuesioner yang telah disebarkan oleh peneliti yaitu mahasiswa di Jakarta yang pernah melakukan pembelian di *E-Commerce* Tokopedia .

Sedangkan data sekunder merupakan data yang telah diolah dan dipublikasi oleh instansi tertentu. Data sekunder yang digunakan peneliti yaitu berupa sumber referensi yang berkaitan dengan topik yang sedang diteliti melalui buku, jurnal, data yang dipublikasi oleh Badan Pusat Statistik dan juga portal berita yang mendukung data penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui survei dengan menggunakan kuesioner berupa *Google Form* yang disebarkan melalui media sosial untuk mempersingkat waktu dan menghemat biaya.

F. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis data yang terdiri dari deskripsi data berupa profil responden dan juga profil data yang diperoleh melalui instrumen yang telah didistribusikan kepada sampel yang telah dipilih oleh peneliti. Setelah semua data terkumpul, maka data tersebut akan diolah oleh peneliti

dan disajikan dalam bentuk grafik ataupun tabel dan menggunakan frekuensi serta persentase untuk melakukan penghitungan data.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Setelah menyusun instrumen dengan menggunakan skala Likert, langkah selanjutnya adalah berkonsultasi kepada dosen pembimbing terkait dengan validasi konstruk, yaitu sejauh mana butir-butir indikator yang terdapat dalam instrument dapat mengukur indikator dari variabel kepuasan pelanggan. Setelah susunan instrumen kuesioner disetujui, maka kuesioner tersebut diuji cobakan kepada 30 responden mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik responden yang telah ditetapkan peneliti.

Langkah berikutnya adalah melakukan uji validitas. Noor (2014:19) mengemukakan bahwa uji ini sebenarnya untuk melihat kelayakan butir-butir pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya untuk mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas dilakukan setiap butir soal. Hasilnya dibandingkan dengan *r* tabel ⎮df = n-k dengan tingkat kesalahan 5%. Jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka butir soal disebut valid.

Data yang diperlukan dalam rumus adalah:

$$\mathbf{r_{xy}} = \frac{\mathbf{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}}{\sqrt{(\mathbf{N\sum X^2 - (\sum X)^2})\,(\mathbf{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2})}}$$

Dimana:

$\sum X$ = …$\sum Y$ = … $\sum XY$ =…$\sum X^2$ = … $\sum Y^2$ = …n = …

X = Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

N = Banyaknya responden

b. Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas, langkah selanjutnya yaitu melakukan uji reliabilitas. Menurut Noor (2014:24-25) keandalan pengukuran dengan menggunakan *Alfa Cronbach* adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baiknya item/butir dalam suatu kumpulan secara positif berkolerasi satu sama lain. Uji reliabilitas digunakan untuk menilai kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab kuesioner. Kuesioner tersebut mencerminkan konstruk sebagai dimensi suatu variabel yang disusun dalam bentuk pertanyaan. Uji ini dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pertanyaan. Jika nilai *alpha* >0,60, disebut *reliable*.

Rumus yang digunakan dalam uji reliabilitas adalah rumus *Alfa Cronbach* yaitu sebagai berikut:

$$\mathbf{r_{ii}} = \left[\frac{\mathbf{k}}{\mathbf{k-1}}\right]\left[\mathbf{1} - \frac{\mathbf{\sum \sigma^2}}{\mathbf{\sigma_1^2}}\right]$$

Dimana:

r_{ii} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum^2$ = jumlah butir pertanyaan

$_1^2$ = varians total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan rumus sebagai berikut:

$$\boldsymbol{\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}}$$

Dimana:

$\sum X$ = Jumlah data X

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

N = Jumlah populasi

= Varians butir pertanyaan

Sedangkan nilai varians total dapat diperoleh dengan rumus sebagai berikut :

$$\boldsymbol{\sigma_1^2 = \frac{\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}}{N}}$$

Di mana :

$\sum Y$: Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat skor total Y

N : Jumlah populasi

σ_1^2 : Varians total

Instrumen yang reliabel menurut Sugiarto (2017;209) akan menghasikan data yang konsisten. Artinya, berapa pun banyaknya pengulangan yang dilakukan dengan menggunakan instrumen tersebut, kesimpulan yang diperoleh tetap sama.

3. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Noor (2014:47) menyatakan bahwa uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam penelitian memiliki distribusi normal baik secara multivariat maupun univariat. Uji statistik normalitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Uji Kolmogrov Smirnov. Menurut Basuki dan Prawoto (2017:60), jika dari hasil Uji Kolmogrov Smirnov nilai signifikan dari data penelitian >5% maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar normal, dan jika nilai signifikan <5% maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar tidak normal.

b. Uji Linieritas Regresi

Menurut Noor (2014:47) linearitas adalah keadaan dimana hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen bersifat linier (garis lurus) dalam *range* variabel independen tertentu. Supardi

(2013:149) mengemukakan bahwa pengujian kelinieran regresi dilakukan dalam rangka menguji model persamaan regresi suatu variabel Y atas suatu variabel X. Purnomo (2017:94) menyatakan bahwa pengujian linieritas regresi ini menggunakan *Test for Linearity* pada taraf sgnifikasi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*Deviation for Linearity*) kurang dari 0,05.

4. Persamaan Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier menurut Basuki dan Prawoto (2017:45) adalah teknik statistika untuk membuat model dan menyelidiki pengaruh antara satu atau beberapa variabel bebas (*independent variables*) terhadap satu variabel respons (*dependent variable*). Regresi Linier Berganda adalah analisis regresi dengan dua atau lebih *independent variable*, dengan formulasi umum :

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 \ldots. + b_nX_n + e$$

Di mana :

$\hat{Y}$ = Dependen variabel

A = konstanta

b_1 = koefisien regresi X_1, b_2 = koefisien regresi X_2, dan seterusnya

e = Residual/Error

5. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Basuki dan Prawoto (2017:52-53) menyatakan bahwa uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial. Rumusan hipotesis yang digunakan adalah:

H_0 Variabel independen tidak memengaruhi variabel dependen secara signifikan

H_1 Variabel independen memengaruhi variabel dependen secara signifikan

Kriteria pengujiannya adalah:

Jika nilai signifikansi > 0,05 maka keputusannya adalah terima H_0 atau variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Jika nilai signifikansi < 0,05 maka keputusannya adalah tolak H_0 atau variabel inpenden secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

6. Analisis Koefisien Korelasi *Pearson*

Ahman dan Indriani (2007:155) menyatakan bahwa korelasi merupakan cara di dalam statistik untuk mencari hubungan antara dua variabel yang bersifat kuantitatif. Analisis korelasi merupakan studi pembahasan mengenai hubungan antara dua variabel, misalnya yaitu variabel X dan variabel Y.

Dalam menghitung koefisien korelasi, dalam penelitian ini menggunakan metode Pearson atau metode koefisien korelasi *Pearson*. Koefisien korelasi menyatakan hubungan linier antara variabel X dan variabel Y. Koefisien korelasi dalam penelitian ini dihitung menggunakan SPSS 24. Dasar pengambilan keputusan dalam analisis korelasi ini yaitu:

a. Jika nilai signifikansi <0,05 maka berkorelasi
b. Jika nilai signifikansi >0,05 maka tidak berkorelasi

Sugiyono (2018:231) menyatakan bahwa interpretasi hasil penelitian korelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5 Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0.00 - 0.199	Sangat rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 - 0.799	Kuat
0.80 – 1.00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2018)

7. Perhitungan Koefisien Determinasi

Supardi (2013:188) menyatakan bahwa koefisien determinasi dilambangkan dengan r^2. Nilai ini menyatakan proporsi variasi keseluruhan dalam nilai variabel dependen yang dapat diterangkan atau diakibatkan oleh hubungan linear dengan variabel independen, selain itu (sisanya) diterangkan

oleh variabel yang lain (galat atau peubah lainnya). Rumus yang dipakai yaitu:

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

Dimana:

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi