

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan tehnik statistik. Metode yang digunakan adalah kausalitas yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat kausalitas. Jadi di dalam penelitian ini ada variabel independent (mempengaruhi) dan variabel dependent (dipengaruhi). Dalam penelitian ini variabel independent adalah *perceived usefulness* (X_1), *e-service quality* (X_2). Sedangkan variabel dependent dalam penelitian ini adalah *purchase intention* (X_3) dan *e-satisfaction* (Y).

3.2. Sumber Data

Sumber data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengolahan selama berlangsungnya penelitian. Data pada dasarnya berawal dari bahan mentah yang disebut data mentah. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari responden pengguna aplikasi Berrybenka. Data tersebut adalah hasil jawaban pengisian dari kousioner responden yang memenuhi kriteria responden.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *field research* mengenai gejala-gejala atau peristiwa-peristiwa yang terjadi pada suatu kelompok masyarakat. Tehnik survei dalam penelitian ini menggunakan instrutment berupa kuesioner yang disebarakan kepada responden yang pernah menggunakan aplikasi Berrybenka. Pada peneliatian ini kuosioner disebarakan secara online melalui *google form*.

Link dari kuesioner ini disebarluaskan kembali melalui media sosial. Pengumpulan data dengan cara memberi pertanyaan kepada para responden. Skala penelitian yang digunakan adalah skala likert 1-5. Jawaban yang diajukan kepada para responden yaitu :

Tabel 3.1
Skala Pengukuran

Point	Keterangan	Kode
1	Sangat Tidak Setuju	STS
2	Tidak Setuju	TS
3	Netral	N
4	Setuju	S
5	Sangat Setuju	SS

Sumber : Sugiono (2015)

3.4 Populasi dan Sample

3.4.1 Populasi

Populasi adalah sekelompok orang, peristiwa, atau apapun yang memiliki karakteristik tertentu yang dapat menjadikan suatu objek menarik untuk diteliti. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Berrybenka di seluruh Indonesia.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti/diobservasi dan dianggap dapat menggambarkan keadaan atau ciri-ciri suatu populasi. Pada penelitian ini sampel diambil dari populasi yaitu sebagian dari pengguna aplikasi Berrybenka. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan menggunakan tehnik *sample random sampling*. Karena jumlah dari populasi pengguna aplikasi Berrybenka tidak diketahui jumlahnya, Hair et.al dan Ridwan (2019),

menyarankan bahwa ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel. Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah indikator yang diteliti pada penelitian berjumlah 35 indikator, maka diperoleh hasil perhitungan sampel minimal sebagai berikut, jumlah Sampel = $35 \times 5 = 175$ responden minimal.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

3.5.1 Variabel Independen

Variabel independent (bebas) adalah variabel stimulus atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel ini merupakan yang diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungan dengan suatu gejala yang akan diteliti. Dalam penelitian ini variabel bebas adalah *Perceived Usefulness* dan *E-Service Quality*.

3.5.2 Variabel Dependent

Variabel Dependent (terikat) adalah variabel yang diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah *repurchase Intention*.

1.5.3. Variabel Mediasi

Variabel mediasi adalah variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dan menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak diamati dan tidak diukur. Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah *e-satisfaction*.

Tabel 3.3
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
<i>Perceived Usefulness</i> (X ₁)	Menurut Novriani (2014) <i>perceived usefulness</i> atau persepsi kebermanfaatan adalah sebuah pandangan Subjektif seseorang terhadap kemampuan suatu aplikasi, sistem atau teknologi tertentu dalam meningkatkan kinerjanya dan mempengaruhi dalam penyelesaian tugas atau pekerjaannya untuk masa yang akan datang.	Sebuah kepercayaan seseorang terhadap suatu sistem yang dapat memfasilitasi pekerjaannya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Work more quickly</i> 2. <i>Improve job performance</i> 3. <i>Incerase Productivity</i> 4. <i>Effectiviness</i> 5. <i>Makes job easier</i> 6. <i>Usefull</i> 	Interval
<i>E-Service Quality</i> (X ₂)	Menurut Parasuranman (2005), <i>E-Servive Quality</i> didefinisikan sebagai sejauh mana situs web atau suatu sistem aplikasi	Suatu pelayanan yang diberikan oleh jaringan internet sebagai suatu kemampuan dari situs tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Effeciency</i> 2. <i>Availability</i> 3. <i>Fulliment</i> 4. <i>Privacy</i> 5. <i>Responsive</i> 	Interval

	dapat memfasilitasi perbelanjaan dalam pembelian dan pengiriman produk serta layanan jasa.		6. <i>Compensasi</i> 7. <i>Contact</i>	
<i>Repurchase Intention (X₃)</i>	Repurchase intention atau minat beli ulang diartikan sebagai minat pembelian yang didasarkan atau pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu.	minat pembelian yang didasarkan atau pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu dalam menggunakan aplikasi Berrybenka	1. <i>Product Quality</i> 2. <i>Emotional Factor</i> 3. <i>Cost and Convinience</i>	Interval
<i>E-Statifaction (Y)</i>	Anderson & Srinivasan (2003), mengatakan bahwa <i>e-statisfaction</i> diartikan sebagai kepuasan konsumen terkait dengan pegalaman pembelian mereka yang diberikan oleh pihak perusahaan <i>e-</i>	Kepuasan konsumen ketika apa yang didapat sesuai dengan harapan	1. Menyajikan suatu pengalaman berbelanja yang lebih baik 2. Mampu membuat pelanggan puas 3. Mampu mempertahankan konsumen	Interval

	<i>commerce</i>			
--	-----------------	--	--	--

Sumber : Data Diolah, 2022

3.7 Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis data menggunakan pendekatan *partial least square* (PLS). PLS adalah model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis komponen atau varian. Menurut Ghazali (2006), PLS merupakan pendekatan alternative yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis kovarian menjadi berbasis varian. SEM yang berbasis kovarian umumnya menguji kausalitas atau teori sedangkan PLS bersifat *predictive model*. PLS merupakan metode analisis yang *power full* (Ghazali, 2006), karena tidak didasarkan pada banyak asumsi. Misalnya, data harus terdistribusi normal, sampel tidak harus besar. Selain dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori, PLS juga dapat digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten. PLS dapat sekaligus menganalisis konstruk yang dibentuk dengan indikator reflektif dan formatif.

Menurut Ghazali (2006) tujuan PLS adalah membantu peneliti untuk tujuan prediksi. Model formalnya mendefinisikan variabel laten adalah linier agregat dari indikator-indikator nya. *Weight estimate* untuk menciptakan komponen skor variabel laten didapat berdasarkan bagaimana *inner model* (model structural yang menghubungkan antara variabel laten) dan *outer model* (model pengukuran yaitu hubungan antar indikator dengan konstruksinya) disempurnakan. Hasilnya adalah *residual variance* dari variabel dependen. Estimasi parameter yang didapat dengan PLS dapat dikategorikan menjadi 3. Pertama adalah *weight estimate* yang digunakan untuk menciptakan skor variabel laten. Kedua, mencerminkan estimasi jalur (*path estimate*) yang menghubungkan variabel laten dan indikatornya (*loading*). Ketiga, berkaitan dengan means dan lokasi parameter (nilai konstanta regresi) untuk indikator dan variabel laten.

Untuk memperoleh ketiga estimasi ini, PLS menggunakan 3 tahap dan setiap tahap iterasi menghasilkan estimasi. Tahap pertama menghasilkan *weight estimate*, tahap kedua menghasilkan estimasi *inner model* dan *outer model*, tahap ketiga menghasilkan *estimasi means* dan lokasi (Ghozali, 2006).

1.7.1 *Convergent validity* dari model

Pengukuran dengan model reflektif indikator dinilai berdasarkan koefisien antar item *score/component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Ukuran reflektif dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari perubahan skala pengukuran nilai loading 0,5 sampai 0,60 dianggap cukup (Chinn 1998 dalam Ghozali 2006). *Discriminant validity* dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi dengan item pengukuran lebih besar dari adanya ukuran konstruk lainnya, maka akan menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok yang lebih baik daripada ukuran lainnya, maka akan menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok yang lebih baik daripada ukuran blok lainnya. Metode lain untuk menilai *discriminant validity* adalah membandingkan nilai *square root Average Variance Extracted (AVE)* setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik. Pengukuran ini dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas *component score* variabel laten dan hasilnya lebih konservatif dibandingkan dengan *composite reliability*. Direkomendasikan nilai *AVE* harus lebih besar 0,50 (Fornell dan Larcker, 1981 dalam Ghozali, 2006). *Composite reliability* yang mengukur suatu konstruk dapat dievaluasi dengan dua macam ukuran yaitu *internal consistency* dan *Cronbach's Alpha* (Ghozali, 2006).

3.7.2 Model Struktural (Inner Model)

Inner model (inner relation, structural model dan substantive theory) menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada teori substantive. Model structural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependent, *Stone-Geisser Q-Square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural.

Dalam menilai model dengan PLS dimula dengan melihat *R-square* untuk setiap variabel laten dependen. Interpretasinya sama dengan interpretasi pada regresi. Perubahan nilai *R-square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantive (Ghozali, 2006). Disamping melihat nilai *R-square*, model PLS juga dievaluasi dengan melihat *Q-Square* relevansi untuk model konstruktif. *Q-square* mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameter.

3.8 Penguji Hipotesis

Ukuran signifikan keterdukungan hipotesis dapat digunakan perbandingan nilai T-tabel dan T-statistic. Jika T-statistic lebih tinggi dibandingkan nilai T-tabel, berarti hipotesis terdukung atau diterima (Hartono dalam Jogiyanto, 2009). Dalam penelitian ini untuk tingkat keyakinan 95% (alpha 95 persen), maka nilai T-tabel untuk hipotesis satu ekor (one tailed) adalah > 1.960