

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut Steveb Dukeshire dan Jennifer Thurlow (2010) dalam Sugiyono (2017:2) menyatakan bahwa “*research is the systematic collection and presentation of information*” penelitian merupakan cara yang sistematis untuk mengumpulkan data dan mempresentasikan hasilnya.

Menurut Sugiyono (2017:35) penelitian deskriptif adalah: "Jenis penelitian deskriptif ini dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain".

3.2 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:2) menyatakan bahwa metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Sesuai dengan tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui *E-Service Quality* pada Lazada Indonesia maka jenis penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif

Menurut Sugiyono (2017:23) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.3 Suber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2017:219) sumber data primer merupakan sumber yang langsung

memberikan data kepada pengumpul data. Data primer pada penelitian ini diperoleh dari hasil pengisian kuesioner yang dilakukan responden.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Menurut Asmani (2011) mengutip dalam Sujarweni (2015:93) ada beberapa teknik pengumpulan data penelitian yang bisa digunakan antarlain adalah tes wawancara, observasi, kuesioner atau angket, survei, dan analisis dokumen. Sedangkan menurut Sugiyono (2017:219) bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya.

Dara penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa metode pengumpulan data merupakan suatu bentuk pengumpulan data yang bertujuan menggambarkan dan memaparkan keadaan yang ada.

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data adalah kuesioner. Kuesioner menurut Sugiyono (2017:225), merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Teknik pengumpulan data dengan cara menggunakan kuesioner ini adalah teknik pengumpulan data dimana penulis memberikan pertanyaan /pernyataan dalam bentuk tertulis kemudian hasil kuesioner tersebut akan disimpulkan sesuai dengan yang telah diperoleh sebelumnya. Pertanyaan /pernyataan yang diberikan adalah berupa pendapat konsumen mengenai kualitas layanan yang telah dirasakan setelah melakukan transaksi di Lazada Indonesia

3.5 Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2017:157), skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Penelitian ini menggunakan skala pengukuran *likert* dengan menggunakan skala ordinal yaitu untuk mengetahui tingkatan dari data yang paling rendah hingga yang paling tinggi dan tanpa memperhatikan urutan dari data tersebut.

Pengukuran skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2017:165).

Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

Tabel 3.1
Skala Pengukuran

Kriteria Jawaban	Simbol	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2017:159)

3.6 Populasi dan Sampel

3.6.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:136) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam lainnya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/ sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang diteliti itu.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa populasi adalah keseluruhan objek yang mempunyai karakteristik untuk dipilih menjadi sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Lazada di Indonesia, agar data yang

diperoleh lebih akurat. Dikutip dari *iprice.co.id* pada tanggal 17 Juli 2020 pengguna Lazada Indonesia mencapai 2.2400.000 pengguna. Jumlah ini yang akan digunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian.

3.6.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017:137) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Maka sampel yang akan digunakan peneliti adalah konsumen yang berdomisili di Indonesia, konsumen yang pernah melakukan transaksi melalui Lazada Indonesia.

Penelitian ini menggunakan teknik sampel yang digunakan adalah metode *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2017: 140) *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jenis *nonprobability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2017: 141) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan *nonprobability sampling* adalah anggota sampel tidak memiliki peluang yang sama. Sedangkan *purposive sampling* adalah pelanggan Lazada Indonesia yang sudah pernah melakukan transaksi pembayaran minimal satu kali pembayaran.

Penelitian ini memiliki jumlah populasi yang diketahui secara jelas jumlahnya. Maka teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah rumus Isaac dan Michael dalam Sugiyono (2017:149). Sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel yang diperlukan

N= Jumlah Populasi

e = Tingkat kesalahan sample (*sampling error*)

Penelitian ini menentukan tingkat kesalahan sebesar 10%. maka :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2} = \frac{24.400.000}{1 + 24.400.00 (0.1)^2} = 99.9$$

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus Isaac dan Michael maka didapatkan sampel sebesar 99.9 dan dijadikan menjadi 100. Jadi sampel yang akan digunakan untuk mewakili populasi yaitu 100 responden.

3.7 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:66) Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini hanya terdapat 1 variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel bebas. Variabel Bebas (X) adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau terikat (Sugiyono 2017:66). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *E-Service Quality*.

3.8 Operasional Variabel

Pada operasional variabel penulis menjabarkan variabel yang digunakan ke dalam dimensi yang akan dilanjutkan ke indikator yang akan digunakan dalam pernyataan dalam kuesioner. Penjabarannya akan ada dalam tabel di bawah ini

Tabel 3.2
Tabel Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala Ukur
<i>E-Service Quality</i> (X)	Menurut Zeithmal, dalam Tjiptono (2016:178-179)	E-service quality adalah pelayanan berbasis teknologi yang menawarkan kemudahan	Efisiensi	Kemudahan penggunaan aplikasi	Interval
				Kemudahan mencari produk yang diinginkan	
				Kemudahan mencari informasi produk	Interval

<p>jasa online yang komprehensif dan integrative. Pada prinsipnya, model <i>E-Service Quality</i> ini merupakan adaptasi dan perluasan model tradisional <i>Service Quality</i> kedalam konteks pengalaman berbelanja online.</p>	<p>bagi konsumen dan sebagai evaluasi mengenai keunggulan dan kualitas layanan yang disampaikan melalui market place</p>		Memperkecil upaya meninggalkan aplikasi	Interval
		Reliabilitas	Ketersediaan aplikasi saat ingin digunakan	Interval
			Aplikasi berfungsi dengan semestinya	Interval
			Memberikan ketepatan janji layanan	Interval
		Fulfillment	Mengkonfirmasi ketersediaan produk	Interval
			Pengiriman produk sesuai waktu yang dijanjikan	Interval
			Menjamin informasi perilaku belanja konsumen	Interval
		Privasi	Menjamin data pribadi konsumen	Interval
			Menjamin keamanan informasi kartu kredit	Interval
		Daya Tangkap	Memberikan informasi penanganan yang tepat sewaktu timbul masalah	Interval
			Memiliki mekanisme untuk menangani pengembalian produk	Interval
			Menyediakan garansi online	Ordinal

	Memberikan kemudahan dalam pengembalian uang	Ordinal
Kompensasi	Biaya administraso relatif murah	Ordinal
Kontak Sumber : Zeithmal dalam Tjiptono (2016:178-179)	Menyediakan kontak telepon atau <i>e-mail</i> untuk menghubungi perusahaan	Ordinal
	Memiliki <i>customer service</i>	Ordinal

Sumber: Data Olahan Penulis (2020)

3.9 Uji Persyaratan instrumen

3.9.1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:198), uji validitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Item dapat dikatakan valid jika adanya korelasi yang signifikan dengan skor totalnya, hal ini menunjukkan adanya dukungan item tersebut dalam mengungkap suatu yang ingin diungkap. Item biasanya berupa pertanyaan atau pernyataan yang ditujukan kepada responden dengan menggunakan bentuk kuesioner dengan tujuan untuk mengungkap sesuatu. Untuk menafsirkan hasil uji validitas, kriteria yang digunakan adalah:

- a. Jika nilai r hitung lebih besar ($>$) dari nilai r tabel maka item kuesioner dinyatakan valid dan dapat digunakan.
- b. Jika nilai r hitung lebih kecil ($<$) dari nilai r tabel maka item kuesioner dinyatakan tidak valid dan tidak dapat dipergunakan.

Penulis menggunakan $n=30$ dengan tingkat signifikansi 5% maka nilai r tabelnya adalah 0.361. dilihat dari kriteria penafsiran mengenai indeks korelasinya (r) sebagai berikut

Tabel 3.3
Interval Koefisien

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,800-1,000	Sangat Kuat
0,600-0,799	Kuat
0,400-0,599	Cukup Kuat
0,200-0,399	Rendah
0,000-0,199	Sangat Rendah

Sumber: Sugiyono (2017:141)

3.9.2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017:198) instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapakali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali.

Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Untuk uji reliabilitas merujuk pada suatu tingkat keterandalan sesuatu. Reliabel artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Suatu instrumen alat ukur dikatakan reliabel dan bisa diproses pada tahap selanjutnya jika nilai Cronbach Alpha $> 0,6$ jika instrumen alat ukur memiliki Cronbach Alpha $< 0,6$ maka alat ukur tersebut tidak reliabel (Sekaran 2015 : 182).

Keputusan reliabel tidaknya kuesioner dinyatakan apabila diperoleh nilai r hitung $> r$ tabel dengan taraf signifikan 5% maka butir pertanyaan tersebut reliabel. Untuk menentukan apakah instrument reliabel atau tidak menggunakan batas dengan kriteria sebagai berikut:

- a. $< 0,6$ secara umum reliabilitasnya dikatakan lemah
- b. $0,6 - 0,79$ reliabilitasnya dapat diterima
- c. $> 0,8$ reliabilitasnya dapat dikatakan baik.

Selanjutnya dikatakan nilai koefisien alpha semakin mendekati angka 1 maka reliabilitasnya akan semakin baik. Instrumen penelitian yang handal atau reliabel

apabila hasil pengujian reliabilitas menghasilkan nilai koefisien alpha yang lebih besar dari 0,6

3.10. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2017:232) Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasar variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan.

3.10.1. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2017:147).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner yang masing-masing pernyataan disertai dengan lima kemungkinan jawaban yang harus dipilih oleh responden. Dari jawaban yang didapatkan kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan didasarkan pada presentase dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Nilai kumulatif adalah jumlah nilai dari setiap pernyataan yang merupakan jawaban dari 100 responden.
- b. Presentase adalah nilai kumulatif item dibagi dengan nilai frekuensinya dikali 100%.
- c. Jumlah responden adalah 100 orang dengan nilai skala pengukuran terbesar adalah 5 dan skala pengukuran terkecil adalah 1. Sehingga diperoleh:
 1. Jumlah kumulatif terbesar = $100 \times 5 = 500$
 2. Jumlah kumulatif terkecil = $100 \times 1 = 100$
 3. Nilai persentase terbesar 100%

4. Nilai persentase terkecil = $(100 : 500) \times 100\% = 20\%$
5. Nilai rentang = $100\% - 20\% = 80\%$. Jika nilai rentang dibagi lima skala pengukuran, didapat nilai interval persentase sebesar 16%

Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat diperoleh kriteria interpretasi skor yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.4
Kriteria Interpretasi Skor Kinerja

Persentase	Kategori Presentase
20% - 36%	Sangat Tidak Baik
36% - 52%	Tidak Baik
52% - 68%	Cukup Baik
68% - 84%	Baik
84% - 100%	Sangat Baik

Sumber: Sugiyono (2017:161)

Tabel 3.5
Kriteria Interpretasi Skor Harapan

Persentase	Kategori Presentase
20% - 36%	Sangat Tidak Baik
36% - 52%	Tidak Baik
52% - 68%	Cukup Baik
68% - 84%	Baik
84% - 100%	Sangat Baik

Sumber: Sugiyono (2017:161)

- d. Kriteria untuk melihat nilai pada garis kontinum setiap item pernyataan adalah ditentukan berdasarkan rumus berikut:

$$SV = \frac{\text{jumlah Kumulatif Item}}{\text{Jumlah Kumulatif Item Terbesar}} \times \text{Skala}$$

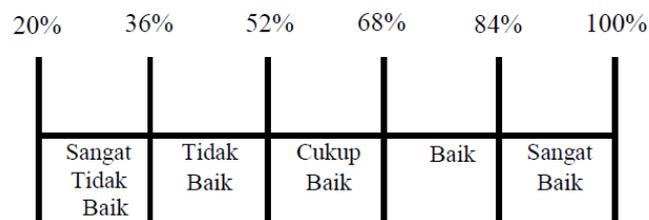
Perhitungan skor total untuk masing-masing indikator variabel adalah sebagai berikut:

- a. Skor Total = (Jumlah Responden Sangat Setuju Sekali x 5) + (Jumlah Responden Sangat Setuju x 4) + (Jumlah Responden Setuju x 3) +

(Jumlah Responden Tidak Setuju x 2) + (Jumlah Responden Sangat Tidak Setuju x 1).

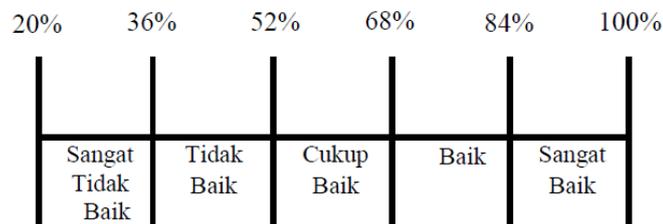
- b. Skor Ideal = Diumpamakan seluruh responden menjawab Sangat Setuju Sekali x Jumlah Responden/Skor total.

Untuk melihat hasil dari skor total setiap variabel, dapat dilihat pada persentase dalam garis kontinum sebagai berikut:



Gambar 3.1
Garis Kontinum Kinerja

Sumber: Sugiyono (2017:162)



Gambar 3.2
Garis Kontinum Harapan

Sumber: Sugiyono (2017:162)

3.10.2. Importance-Performance Analysis (IPA)

Menurut Tjiptono (2017:222) teknik *Importance-Performance Analysis* pertama kali dikemukakan oleh Martills dan James (1977) dalam artikel “Importance-Performance Analysis” yang dipublikasikan di Journal of Marketing. Dalam teknik ini responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut relevan dalam pelayanannya (perceived performance) pada masing-masing atribut tersebut. Kemudian nilai rata-ratanya akan dianalisis di Importance-Performance Matrix.

Importance-Performance Matrix sangat bermanfaat sebagai pedoman dalam mengalokasikan sumber daya organisasi yang terbatas pada bidang-bidang spesifik, dimana perbaikan kinerjanya bias memiliki dampak yang besar. Selain itu matriks ini juga menunjukkan bidang atau atribut tertentu yang perlu dipertahankan dan aspek-aspek apa yang perlu dikurangi prioritasnya.

Importance-Performance Analysis (IPA) pada awalnya digunakan sebagai alat untuk menyusun strategi manajemen perusahaan. Pada hakikatnya, *Importance-Performance Analysis* mengkombinasikan pengukuran antara kepentingan dan kinerja ke dalam dua sumbu. Nilai kepentingan diplotkan sebagai sumbu vertikal sedangkan nilai kinerja diplotkan sebagai sumbu horizontal. Perhatikan pada gambar 3.3 berikut:



Gambar 3.3
Importance Performance Matrix

Sumber: Tjiptono (2017: 222)

Adapun interpretasi dari kuadran tersebut adalah sebagai berikut:

a. **Prioritas Pertama (Concentrate Here)**

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan diharapkan konsumen akan tetapi kinerja perusahaan dinilai belum memuaskan sehingga pihak perusahaan perlu berkonsentrasi untuk mengalokasikan sumber dayanya guna meningkatkan performa yang masuk pada kuadran ini.

b. Pertahankan Prestasi (Keep Up The Good Work)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan diharapkan sebagai faktor penunjang kepuasan konsumen sehingga perusahaan wajib untuk mempertahankan prestasi kinerja tersebut.

c. Prioritas Rendah (Low Priority)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap mempunyai tingkat persepsi atau kinerja aktual yang rendah dan tidak terlalu penting atau tidak terlalu diharapkan oleh konsumen. Sehingga perusahaan tidak perlu memprioritaskan atau memberikan perhatian lebih pada faktor-faktor tersebut.

d. Berlebihan (Possibly Overkill)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh konsumen sehingga perusahaan lebih baik mengalokasikan sumber daya yang terkait pada faktor tersebut kepada faktor lain yang lebih memiliki tingkat prioritas lebih tinggi.