

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Sugiyono (2015) menyatakan bahwa analisis kuantitatif adalah suatu analisis data yang dilandaskan pada filsafat positivisme yang bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode yang digunakan adalah kausalitas yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi, disini ada variabel independen (mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi) dan dalam penelitian ini akan melihat pengaruh *e-service quality* dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Bukalapak

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 proses penelitian adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh dari lapangan atau yang diperoleh dari responden yaitu konsumen Bukalapak. Data tersebut adalah hasil jawaban pengisian kuesioner dari responden yang terpilih dan memenuhi kriteria responden.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Sugiyono (2015) menyatakan bahwa studi Lapangan (*field research*), adalah teknik ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan penelitian untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian. lapangan penelitian untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan

seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengumpulan data dengan cara memberi pernyataan tertulis kepada konsumen Bukalapak. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah Interval. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu.

Tabel 3.1
Skala Pengukuran

Skala Pengukuran	Kode	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Cukup Setuju	CS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2015)

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Sugiyono (2015) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas tertentu yang diterapkan penelitian untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Bukalapak di Indonesia

3.4.2 Sampel

Sugiyono (2015) menyatakan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti/diobservasi, dan dianggap dapat menggambarkan keadaan atau ciri populasi. Pada penelitian ini sampel diambil dari populasi yaitu sebagian konsumen Bukalapak di Indonesia. Metode penarikan sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana pengambilan sample berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti.

Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat Indoensia yang berusia minimal 17 tahun
2. Melakukan Transaksi Pembelian di Bukalapak dalam kurun waktu 3 bulan terakhir

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Bukalapak di Indonesia yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Hair, menyarankan bahwa ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel. Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah indikator dikalikan 5-10. Jumlah indikator yang diteliti pada penelitian ini berjumlah 10 indikator, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut, jumlah Sampel = $10 \times 10 = 100$ responden

3.5 Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Penelitian Independen

Sugiyono (2015) menyatakan bahwa variabel independen (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 *e-service quality* dan citra merek

3.5.2 Variabel Penelitian Dependen

Sugiyono (2015) menyatakan bahwa variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah kepuasan konsumen

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
<i>E-Service Quality</i>	Hatta dan Rumahorbo (2021) <i>e-service quality</i> didefinisikan sebagai perluasan dari kemampuan suatu situs untuk memfasilitasi kegiatan belanja, pembelian, dan distribusi secara efektif dan efisien.	Kinerja Pelayanan yang diberikan oleh Bukalapak terkait kepada konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Efficiency</i> 2. <i>Fulfillment</i> 3. <i>System Availability</i> 4. <i>Privacy</i> <p>Sumber : Hatta dan Rumahorbo (2021)</p>	Interval
Citra Merek	Batari, Bima dan Rahman (2019) menyatakan bahwa citra merek sebagai seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu merek, karena itu sikap dan tindakan konsumen terhadap suatu merek sangat ditentukan oleh citra merek tersebut.	Keseluruhan persepsi konsumen terhadap merek Bukalapak	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Strength</i> 2. <i>Uniqueness</i> 3. <i>Favourable</i> <p>Sumber: Batari, Bima dan Rahman (2019)</p>	Interval
Kepuasan	Djunaidi dan Subagyo (2020) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Sangat dibutuhkan penelitian untuk membuktikan ada atau tidaknya harapan sebelumnya yang merupakan bagian terpenting dalam kepuasan	Tingkat kepuasan konsumen pada situs berbelanja online Bukalapak	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan 2. Minta membeli Kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan <p>Sumber: Djunaidi dan Subagyo (2020)</p>	Interval

Sumber : Data Diolah, 2021

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Lupiyoadi (2015) menyatakan bahwa uji validitas adalah uji kelayakan instrumen, dalam pengujian validitas instrumen diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 95% atau $\alpha = 0,05$. Instrumen dikatakan valid mempunyai nilai signifikansi korelasi \geq dari 95% atau $\alpha = 0,05$.

1. Prosedur pengujian :

Ho : Instrumen valid

Ha : Instrumen tidak valid

2. Kriteria pengambilan keputusan :

Ho : Apabila $\text{sig} < 0,05$ maka Instrumen dinyatakan valid

Ha : Apabila $\text{sig} > 0,05$ maka Instrumen dinyatakan tidak valid

3.7.2 Uji Reliabilitas

Lupiyoadi (2015) menyatakan bahwa reliabilitas adalah suatu indikator yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data yang menunjuk pada tingkat keterandalan. Reliabel artinya konsisten atau stabil, suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya. Uji reliabilitas kuesioner menggunakan metode *alpha cronbach* dan penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS. Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi.

Tabel 3.3 Interpretasi Nilai r

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber: Sugiyono (2015)

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas Sampel

Lupiyoadi (2015) menyatakan bahwa uji Normalitas merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametric. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah jumlah sampel yang diambil sudah representatif atau belum, Dalam penelitian ini peneliti dibantu oleh program SPSS.

Prosedur Pengujian.

1. Rumusan Hipotesis

H_0 : Data berasal dari populasi berdistribusi normal

H_1 : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal.

2. Kriteria Pengambilan Keputusan

Apabila $Sig < 0.05$ maka H_0 ditolak (distribusi sampel tidak normal)

Apabila $Sig > 0.05$ maka H_0 diterima (distribusi sampel normal)

3.8.2 Uji Linieritas Sampel

Lupiyoadi (2015) menyatakan bahwa uji linearitas adalah untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linier. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau pun regresi linier. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan bantuan program SPSS, dengan melihat tabel Anova atau sering disebut *Test for Linearity*.

Prosedur Pengujian

1. Rumusan Hipotesis

H_0 = Model regresi berbentuk linear.

H_1 = Model regresi tidak berbentuk linear.

2. Kriteria Pengujian

Jika probabilitas (Sig) $> 0,05$ maka H_0 diterima.

Jika probabilitas (Sig) $< 0,05$ maka H_0 ditolak

3.8.3 Uji Multikolinieritas

Lupiyoadi (2015) menyatakan bahwa multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Ada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Metode untuk menguji adanya multikolinieritas dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor (VIF)*. Batas dari *tolerance value* > 0,1 atau VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Prosedur pengujian:

1. Jika nilai $VIF \geq 10$ maka ada gejala multikolinieritas
Jika nilai $VIF \leq 10$ maka tidak ada gejala multikolinieritas
2. Jika nilai $tolerance < 0,1$ maka ada gejala multikolinieritas
Jika nilai $tolerance > 0,1$ maka tidak ada gejala multikolinieritas
3. Penjelasan kesimpulan

3.8.4 Uji Homogenitas Sampel

Menurut Rambat Lupiyoadi (2015) Uji homogenitas yaitu suatu pengamatan satu dengan pengamatan yang lain sama agar memberikan pendugaan model yang lebih akurat. Uji homogenitas pada penelitian ini penulis dibantu dengan program SPSS.

Prosedur pengujian :

1. Rumusan Hipotesis
Ho : Varians populasi adalah homogen.
H₁ : Varians populasi adalah tidak homogen.
2. Kriteria pengambilan keputusan
Jika probabilitas (Sig) < 0.05 maka (Alpha) Ho ditolak.
Jika probabilitas (Sig) > 0.05 maka (Alpha) Ho diterima.

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Regresi Linier Berganda

Di dalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel independen yaitu *e-service quality* dan citra merek yang mempengaruhi variabel dependen yaitu kepuasan konsumen maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS. Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut : $Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e_t$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (kepuasan)

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

β = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

X1 = Variabel independen (*e-service quality*)

X2 = Variabel independen (citra merek)

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1. Uji Parsial (Uji-t)

Uji t yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya.

1. Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bukalapak

Ho: *e-service quality* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Bukalapak

Ha: *e-service quality* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Bukalapak

2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bukalapak

Ho: citra merek tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Bukalapak

Ha: citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Bukalapak

Kriteria pengujian:

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak
2. Jika nilai $sig > 0,05$ maka H_0 diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis

3.10.2. Uji Simultan (Uji-F)

Uji F dengan uji serentak atau uji model/uji anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya

Pengaruh *E-Service Quality* Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bukalapak

Ho: *e-service quality* dan citra merek tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Bukalapak

Ha: *e-service quality* dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Bukalapak

Kriteria pengujian:

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak
2. Jika nilai $sig > 0,05$ maka H_0 diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis.