

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Rancangan Penelitian**

#### **1. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yang merupakan pendekatan ilmiah terhadap pengambilan keputusan manajerial dan ekonomi. Pendekatan ini berangkat dari data yang diproses menjadi informasi dan membuktikan teori, sehingga dapat menjadi bahan yang berharga bagi pengambilan keputusan. Pendekatan ini berangkat dari data yang diproses menjadi informasi yang berharga bagi pengambilan keputusan. Pemrosesan data mentah menjadi informasi yang bermanfaat inilah yang merupakan jantung dari analisis kuantitatif.<sup>62</sup>

#### **2. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian asosiatif mempunyai tingkatan yang tertinggi bila dibandingkan dengan penelitian deskriptif komparatif. Dengan penelitian asosiatif ini, maka akan dapat dibangun teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.<sup>63</sup>

---

<sup>62</sup> Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2001), 1.

<sup>63</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 11

## B. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>64</sup> Dalam penelitian ini terdapat dua variabel penelitian, adapun variabel-variabel tersebut adalah

1. Variabel eksogen: semua variabel yang tidak ada penyebab-penyebab eksplisitnya atau dalam diagram tidak ada anak-anak panah yang menuju kearahnya, selain pada bagian kesalahan pengukuran.<sup>65</sup> Adapun variabel eksogen dalam penelitian ini adalah *e-Service Quality*, *e-Trust* dan *e-Satisfaction*.
2. Variabel endogen: variabel yang mempunyai anak-anak panah menuju kearah variabel tersebut. Variabel yang termasuk didalamnya mencakup semua variabel perantara dan terikat. Variabel perantara endogen mempunyai anak panah yang menuju kearahnya dalam suatu model digram jalur. Sedang variabel terikat hanya mempunyai anak panah yang menuju kearahnya.<sup>66</sup> Adapun variabel endogen dalam penelitian ini adalah *e-Satisfaction* dan *e-Loyalty*.

---

<sup>64</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* cet. 8(Bandung: Alfabeta, 2017), 63

<sup>65</sup> Juliansyah Noor, *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen* (Jakarta: Grasindo, 2014), 82

<sup>66</sup> *Ibid.*, 82

### C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>67</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen muslim yang pernah berbelanja di *marketplace* Tokopedia dan Bukalapak. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya. Rumus dalam menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui menggunakan rumus Lemeshow<sup>68</sup> sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 1 - \alpha / 2P(1 - P)}{d^2}$$

Dimana:

- n = jumlah sampel
- z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96
- p = maksimal estimasi = 0,5
- d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah

$$n = \frac{z^2 1 - \alpha / 2P(1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

<sup>67</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi...*, 119.

<sup>68</sup> Stanley Lemeshow dkk, *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1997), 2

Sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka  $n$  yang didapatkan adalah  $96,04 = 100$  orang sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 100 orang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability* yakni teknik sampling *insidental*, yakni teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>69</sup>

#### D. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk pengumpulan data yang dibutuhkan oleh peneliti, disini alat yang digunakan adalah kuesioner. Peneliti menggunakan *Google docs form* sebagai media melakukan penyebaran kuesioner. Responden yang dipilih adalah konsumen muslim yang berbelanja menggunakan *marketplace* Tokopedia dan Bukalapak.

**Tabel 3.1**  
**Kisi-Kisi Instrumen Penelitian**

No	Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Tokoh/Sumber
1	<i>e-Service Quality</i>	<i>Assurance</i>	Profil perusahaan tersedia jelas di <i>website</i> dan toko aplikasi	Agrawal
		<i>Ease of Use</i>	<i>Website</i> dan toko aplikasi mudah untuk diakses	
		<i>Website Design</i>	Desain <i>website</i> dan toko aplikasi menarik perhatian dan terorganisir dengan baik	

<sup>69</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* cet. 8(Bandung: Alfabeta, 2017), 56.

		<i>Personalization</i>	Website dan toko aplikasi memungkinkan pelanggan untuk bertransaksi sesuai dengan kebutuhannya	
		<i>Responsiveness</i>	Tanggapan <i>e-mail</i> yang otomatis memberikan layanan yang cepat	
2	<i>e-Trust</i>	<i>Integrity</i>	Kejujuran dan bersikap dengan sebenarnya dari pengelola <i>website</i> dan toko aplikasi	Robbins
		<i>Competence</i>	Memiliki pengetahuan dan keterampilan teknis dari penyedia <i>website</i> dan toko aplikasi	
		<i>Consistency</i>	Handal dalam menangani segala situasi yang dihadapi	
		<i>Loyalty</i>	Kesediaan melindungi dan memelihara hubungan baik dengan konsumen	
		<i>Openness</i>	Bersedia berbagi gagasan informasi dengan bebas	
3	<i>e-Satisfaction</i>	<i>Privacy</i>	Pengelola <i>website</i> dan toko aplikasi menjamin tidak akan terajadinya kebocoran data pribadi konsumen	Schaaupp dan Belanger
		<i>Usability Site Design</i>	Menu layanan di <i>website</i> dan toko aplikasi berfungsi dengan baik serta <i>user interfacenya</i> menarik	
		<i>Convenience Usability</i>	Konsumen nyaman dalam bertransaksi dan produk yang dijual berfungsi	

			dengan baik	
		<i>Trust</i> <i>Trustworthiness</i> <i>Delivery</i>	Keyakinan konsumen tidak akan terjadi penipuan dan barang yang dipesan sampai di tempat tujuan dengan selamat	
		<i>Merchandising</i> <i>Product Quality</i> <i>Product Value</i> <i>Product Customization</i>	Produk yang dijual terjamin kualitasnya dan harga bersaing dengan <i>website</i> dan toko aplikasi lain	
4	<i>e-Loyalty</i>	<i>Say Positive Thing</i>	Ulasan <i>website</i> dan toko aplikasi disampaikan secara positif	Japrianto
		<i>Recommend Friends</i>	Memprioritaskan memilih bertransaksi di sini dibanding <i>website</i> dan toko aplikasi <i>marketplace</i> lain Merekomendasikan teman untuk bertransaksi di sini dibanding <i>website</i> dan toko aplikasi <i>marketplace</i> lain	
		<i>Continue Purchasing</i>	Melakukan transaksi karena harga terjangkau Melakukan pembelian secara <i>continue</i>	

### E. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui kuesioner elektronik yang disebarkan kepada para responden. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui buku, jurnal dan tesis guna untuk melengkapi data primer. Metode pengumpulan

data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara penyebaran kuesioner elektronik dan pengukuran dilakukan dengan menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Berikut ini adalah contoh pengukuran indikator dari variabel tersebut di atas:

- a. Sangat Setuju (SS) diberi skor 5
- b. Setuju (S) diberi skor 4
- c. Kurang Setuju (KS) diberi skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

## **F. Metode Analisis Data**

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, membulatkan data berdasarkan variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.<sup>70</sup> Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

---

<sup>70</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* cet. 8 (Bandung: Alfabeta, 2017), 199

## 1. Uji Validitas

Tentang uji validitas ini dapat disampaikan hal-hal pokoknya, sebagai berikut:

- a. Uji ini sebenarnya untuk melihat kelayakan butir-butir pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat mendefinisikan suatu variabel.
- b. Daftar pertanyaan ini pada umumnya untuk mendukung suatu kelompok variabel tertentu.
- c. Uji validitas dilakukan setiap butir soal. Hasilnya dibandingkan dengan  $r$  tabel |  $df = n-k$  dengan tingkat kesalahan 5%.
- d. Jika  $r_{\text{tabel}} < r_{\text{hitung}}$ , maka butir soal disebut valid.<sup>71</sup>

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrument diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan reliabilitas dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* diukur berdasarkan skala *Cronbach's Alpha* 0 sampai 1. Triton dalam Sujianto mengemukakan bahwa skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai alpha *Cronbach* 0,00 sampai dengan 0,20 berarti kurang reliabel.
- b. Nilai alpha *Cronbach* 0,21 sampai dengan 0,40 berarti agak reliabel.
- c. Nilai alpha *Cronbach* 0,41 sampai dengan 0,60 berarti cukup reliabel.
- d. Nilai alpha *Cronbach* 0,61 sampai dengan 0,80 berarti reliabel.

---

<sup>71</sup> Juliansyah Noor, *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen* (Jakarta: Grasindo, 2014), 19



e. Nilai alpha *Cronbach* 0,81 sampai dengan 1,00 berarti sangat reliabel.<sup>72</sup>

### 3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji persamaan model analisis regresi yang dihasilkan, apakah persamaan model tersebut sudah memenuhi persyaratan teoritis statistik atau belum. Jika persamaan model analisis regresi telah memenuhi persyaratan teoritis statistik berarti model yang dihasilkan dapat digunakan untuk memprediksi nilai suatu variabel tersebut. Tetapi, jika persamaan model analisis regresi belum atau tidak memenuhi persyaratan teoritis statistik, maka walaupun data penelitian valid dan reliabel, namun persamaan model tersebut menurut statistik tidak layak untuk memprediksi nilai suatu variabel terikat. Karena persamaan model yang baik adalah yang memenuhi asumsi klasik atau asumsi teoritis statistik. Untuk itu diperlukan uji asumsi klasik terhadap persamaan model analisis regresi yang telah dihasilkan yaitu<sup>73</sup>:

#### a. Uji Normalitas Data

Analisis normalitas suatu data ini akan menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Di sini untuk mendeteksi normalitas data menggunakan uji Komolgorov-Smirnov.

---

<sup>72</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0* (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), 97

<sup>73</sup> Danang Sunyoto, *Statistik Kesehatan Parametrik, Non Parametrik, Validitas, dan Reliabilitas*, (Yogyakarta: Nuha Medika, 2013), 138

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, X_4, \dots, X_n$ ) untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dalam regresi adalah dengan menganalisis korelasi variabel-variabel independen. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas mempunyai *Tolerance Value* di atas 0,01 sedangkan batas *Variance Inflation Factor* (VIF) adalah 10 dan mempunyai angka mendekati 1.

c. Uji Heterokedastisitas

Tujuan uji ini adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat ( $Z_{pred}$ ) dengan residualnya (SRESID).

4. Analisis Regresi

Analisis regresi berkenaan dengan studi ketergantungan satu variabel, variabel tak bebas pada satu atau lebih variabel lain, variabel yang menjelaskan (*explanatory variables*), dengan maksud menaksir dan atau meramalkan nilai rata-rata hitung (*mean*) atau rata-rata (populasi) variabel tak bebas, dipandang dari segi nilai yang diketahui atau tetap.<sup>74</sup> Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

---

<sup>74</sup> Juliansyah Noor, *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen* (Jakarta: Grasindo, 2014), 62

Keterangan:

Y = variabel *e-Loyalty*

X1 = variabel *e-Service Quality*

X2 = variabel *e-Trust*

X3 = variabel *e-Satisfaction*

a = harga konstanta

b = koefisien regresi

## 5. Uji Hipotesis

Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Kebenaran dari rumusan masalah harus dibuktikan melalui data yang terkumpul. Untuk menguji hipotesis menggunakan tingkat signifikan ditentukan dengan  $\alpha = 5\%$ . Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen digunakan uji Anova atau F-test. Sedangkan pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial diukur dengan menggunakan uji t-statistik.

### a. Uji-t

Uji t adalah pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidak perbedaan yang meyakinkan dari dua *mean* sampel.<sup>75</sup> Adapun prosedurnya sebagai berikut:

H0 diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$

H0 ditolak jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$

---

<sup>75</sup> Hartono, *SPSS 16.0 Analisis Data Statistika dan Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008) hlm. 146

## b. Uji-F

Uji-F digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama antara *e-Service Quality*, *e-Trust* dan *e-Satisfaction* terhadap *e-Loyalty*. Adapun prosedurnya sebagai berikut:

H<sub>0</sub> diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$

H<sub>0</sub> ditolak jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$

## 6. Analisis Jalur

Analisis jalur merupakan suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi linier berganda jika variabel eksogen mempengaruhi variabel endogen tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung. Analisis jalur menggunakan diagram jalur untuk mempresentasikan permasalahan dalam bentuk gambar dan menentukan persamaan struktural yang menyatakan hubungan antar variabel pada diagram jalur tersebut. Diagram jalur dapat digunakan untuk menghitung pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel eksogen terhadap suatu variabel endogen. Pengaruh-pengaruh itu tercermin dalam apa yang disebut dengan koefisien jalur, dimana secara matematik analisis jalur mengikuti model struktural.<sup>76</sup>

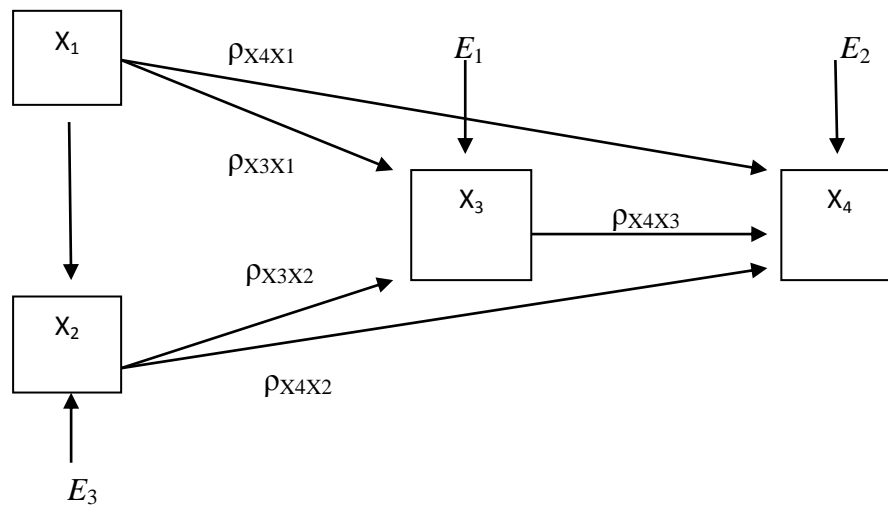
Sebelum digunakan untuk menguji antar variabel sesuai dengan jalur yang telah dibangun, data harus melewati beberapa persyaratan. Syarat yang harus dipenuhi untuk melakukan analisis jalur adalah hubungan antar variabel dalam model harus linier. Dengan demikian, langkah awal yang akan dilakukan

---

<sup>76</sup> Juliansyah Noor, *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen* (Jakarta: Grasindo, 2014), 81

adalah melakukan analisis regresi. Sebelum dilakukan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan uji kenormalan dan uji linieritas data.<sup>77</sup> Dalam penelitian ini model analisis jalur dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 3.1**  
**Model Analisis Jalur**



Keterangan :

$X_1$  = variabel *e-Service Quality*

$X_2$  = variabel *e-Trust*

$X_3$  = variabel *e-Satisfaction*

$X_4$  = variabel *e-Loyalty*

Model diagram jalur diatas mengisyaratkan bahwa  $X_1$  dan  $X_2$ , secara bersama-sama berpengaruh secara langsung terhadap  $X_3$  dan  $X_3$  berpengaruh langsung terhadap  $X_4$ . Gambar 3.1 menggambarkan tiga substruktur atau menyatakan bahwa ada tiga kejadian sebab akibat yang akhirnya mengakibatkan 1 kejadian yaitu  $X_4$ . Berdasarkan model diagram jalur pada gambar 3.1 diatas memiliki tiga persamaan substruktur yakni sebagai berikut :

<sup>77</sup> *Ibid.*, 86

- a. Hubungan kausal dari  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  ke  $X_4$  (Model Substruktur 1)

$$X_4 = \rho_{X_4X_1} X_1 + \rho_{X_4X_2} X_2 + \rho_{X_4X_3} X_3 + E_1$$

Persamaan diatas menyatakan pengaruh langsung dari variabel eksogen ( $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$ ) terhadap variabel endogen ( $X_4$ ) dengan galat  $E_1$ .

- b. Hubungan kausal dari  $X_1$  dan  $X_2$  ke  $X_3$  (Model Substruktur 2)

$$X_3 = \rho_{X_3X_1} X_1 + \rho_{X_3X_2} X_2 + E_2$$

Persamaan diatas menyatakan pengaruh langsung dari variabel eksogen ( $X_1$  dan  $X_2$ ) terhadap variabel endogen ( $X_3$ ) dengan galat  $E_2$ .

- c. Hubungan kausal dari  $X_1$  ke  $X_2$  (Model Substruktur 3)

$$X_2 = \rho_{X_2X_1} X_1 + E_3$$

Persamaan diatas menyatakan pengaruh langsung dari variabel  $X_1$  terhadap variabel  $X_2$  dengan galat  $E_3$ .