

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Menurut Sugiyono (2013: 13). Penelitian ini menitikberatkan pada pengujian hipotesis dengan menggunakan data-data primer yang terukur dan menggunakan metode analisis statistik sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasi.

Bentuk penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian ataupun hasil penelitian. Pengertian deskriptif menurut Sugiyono (2012:29) adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum.

3.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di kabupaten Gresik dimana penduduknya rata-rata menggunakan situs belanja online.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2008) 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. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli pada situs *online* Shopee di Kabupaten Gresik.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut (Sugiyono, 2008).

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan metode non-probability sampling. *Non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono;2008). Teknik yang digunakan adalah *Snowball Sampling*. *Snowball Sampling* adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Ibarat bola salju yang menggelinding yang lama-lama menjadi besar. Dalam penentuan sampel, pertama-tama dipilih satu atau dua orang sampel,

tetapi karena dengan dua orang sampel ini belum merasa lengkap terhadap data yang diberikan, maka peneliti mencari orang lain yang dipandang lebih tahu dan dapat melengkapi data yang diberikan oleh dua orang sampel sebelumnya. Begitu seterusnya, sehingga jumlah sampel semakin banyak. Karakteristik sampel dalam penelitian ini adalah para pengguna aplikasi Shopee yang pernah berbelanja dan menggunakan aplikasi Shopee.

Menurut Ferdinand dalam Arianto (2013 : 299), besarnya sampel ditentukan sebanyak 25 kali Variabel *Independent*. Penelitian ini menggunakan 3 variabel *independent* yaitu *E-Service Quality*, *E-Satisfaction* dan *Shopping Experience* sehingga berdasarkan ketentuan tersebut maka besarnya sampel yang digunakan adalah $3 \times 25 = 75$ Responden.

3.4. Identifikasi Dan Definisi Operasional Variabel

3.4.1 Identifikasi Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan, dengan memahami fenomena yang diteliti maka variabel yang ada didalam penelitian ini adalah :

1. Variabel bebas / *Independent*

Variabel *Independent* (bebas) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependen* (terikat).

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini:

- a. *E-Service Quality* (X1)

- b. *E-Satisfaction* (X2)

c. *Shopping Exsperience* (X3)

2. Variabel terikat / *Dependent*

Variabel *dependent* (terikat) adalah suatu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah pembelian ulang .

3.4.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel-variabel yang digunakan dalam “Pengaruh *E-Service Quality*, *E-Satisfaction* Dan *Shopping Exsperience* Terhadap Pembelian Ulang Produk Ditoko Online Shopee” adalah:

1. *E-Service Quality*

E-Service Quality adalah sejauh mana situs *web* memfasilitasi belanja, pembelian dan pengiriman produk dan jasa secara efektif dan efisien. Adapun indikator *E-Service Quality*

- a. Efisiensi (*Efficiency*) Yaitu kemampuan pelanggan untuk mengakses *website*
- b. Pemenuhan (*Fulfillment*) Merupakan aktual kinerja perusahaan kontras dengan apa yang dijanjikan
- c. Ketersediaan sistem (*System availability*) Merupakan fungsionalitas teknik situs bersangkutan yang berfungsi sebagaimana mestinya.
- d. Privasi (*Privacy*)

Merupakan Jaminan dan kemampuan perusahaan dalam menjaga integritas data dari pelanggan.

2. *E-Satisfaction*

E-Satisfaction adalah keadaan efektif pelanggan kepada *website* yang didapat dari evaluasi semua aspek yang menyusun relasi pelanggan. *E-satisfaction* memiliki indikator sebagai berikut:

- a. Konsumen merasa senang terhadap layanan yang diberikan.
- b. Konsumen puas dengan layanan perusahaan.
- c. Konsumen merasa bahagia melakukan pembelian melalui *website*.

3. *Shopping Exsperience*

Shopping Exsperience adalah Pengalaman konsumen dalam melakukan pembelian barang secara *online* yang dapat memberikan kesan tersendiri pada konsumen tersebut. Indikator *shopping exsperience* yaitu:

- a. Berpengalaman dalam berbelanja *online*
- b. Merasa nyaman ketika menggunakan *web* belanja
- c. Merasa bahwa situs *online* mudah digunakan

3.5. Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dilakukan dengan alat bantu kuisisioner yang diisi oleh responden. Pengukuran kuisisioner dalam penelitian ini menggunakan *skala Likert* dibuat dalam bentuk Tabel. Menurut Sugiyono (2013;81) menyatakan bahwa *Skala Likert* adalah skala yang berisi lima tingkat prefensi jawaban dengan rincian sebagai berikut:

1. Untuk jawaban Sangat Setuju : skor 5
2. Untuk jawaban Setuju : skor 4
3. Untuk jawaban Ragu-Ragu : skor 3
4. Untuk jawaban Tidak Setuju : skor 2
5. Untuk jawaban Sangat Tidak Setuju : skor 1

3.6. Jenis dan Sumber Data

3.6.1 Jenis data

Dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung yaitu dengan cara melakukan *survey* kuesioner kepada responden yang memiliki karakteristik sesuai dengan populasi yang ditentukan di dalam penelitian ini. Kuesioner tersebut digunakan untuk memperoleh data-data mengenai tanggapan responden tentang variabel-variabel yang diteliti. Menurut Indriantoro dan Supomo (2013: 146-147) data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, sedangkan data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara.

3.6.2 Sumber Data

Sumber data penelitian ini didapat dari jawaban Responden melalui kuesioner.

3.7. Uji Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2013;121) validitas adalah instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

Menurut Ghozali (2013;53) Uji validitas dalam penelitian ini digunakan dengan bantuan program SPSS dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlations*) dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dikatakan valid.

r tabel didapat dari taraf signifikansi (α) sebesar 5% (0,05) dengan derajat bebas atau *degree of freedom* (df) menggunakan rumus berikut :

$$df = n - 2$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

2 = *two tail test*

3.7.2 Uji Reliabilitas

Realibilitas menunjukkan sejauh mana alat ukur dan hasil pengukuran dapat diandalkan dan dipercaya. Menurut Sugiyono (2013;121) Reabilitas adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Uji reabilitas dalam penelitian ini digunakan dengan bantuan program SPSS dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja dengan kriteria bahwa variabel

dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 (Nunnally dalam Ghozali, 2013;48).

3.8. Uji Asumsi Klasik

Uji mendapatkan model regresi yang baik harus terbebas dari penyimpangan data yang terdiri dari normalitas, heterokedastisitas, multikolinearitas. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah estimasi telah memenuhi kriteria ekometrik, dalam arti tidak terjadi penyimpangan yang cukup serius dari asumsi-asumsi yang diperlukan.

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Kalau nilai residual tidak mengikuti distribusi normal maka hasil uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil (Ghozali, 2016:154). Uji statistik yang digunakan untuk menguji normalitas residual adalah dengan uji *statistik non-parametrik One Sample Kolmogrov – Smirnov (K-S)*.¹³ Uji ini dilakukan dengan melihat grafik histogram yang membandingkan data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Jika distribusi normal, maka asumsi normalitas terpenuhi. Sedangkan hipotesis yang diajukan adalah

Ho : data residual berdistribusi normal

Ha : data residual tidak berdistribusi normal

1. Dasar pengambilan keputusan dalam uji K-S adalah sebagai berikut : Apabila probabilitas nilai Z uji K-S signifikan secara statistik ($< 0,05$), maka H_0 tidak dapat diterima, yang berarti data terdistribusi secara tidak normal.
2. Apabila probabilitas nilai Z uji K-S tidak signifikan secara statistik ($> 0,05$), maka H_0 tidak dapat ditolak, yang berarti data terdistribusi normal.

3.8.2 Uji Heteroskedastis

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. (Ghozali : 2016). Untuk menguji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser. Ada atau tidaknya heteroskedastisitas, uji ini dilakukan untuk menguji nilai absolut residual terhadap variabel independen, dengan persamaan regresi : $|U_t| = \alpha + \beta X_t + v_t$. Jika variabel *independen* signifikan secara statistik mempengaruhi variabel *dependen*, maka ada indikasi terjadi hetero, didalan SPSS menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel *independen* yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel *dependen* nilai Absolut. Model regresi tidak terjadi hetero apabila profitabilitas signifikan diatas tingkat kepercayaan 5% (Ghozali, 2016:138)

3.8.3 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2012: 105) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (*independen*).

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel *independen*. Pengujian multikolinearitas dilihat dari besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance*. *Tolerance* mengukur variabel *independen* yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel *independen* lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $\geq 0,01$ atau sama dengan nilai VIF ≤ 10 .

3.9. Teknik Analisis Data

Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis data yang bersifat bilangan atau berupa angka-angka. Sumber data yang digunakan dari penelitian ini adalah penarikan data primer dengan menggunakan kuesioner. Data tersebut dikuantitatifkan dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban responden Sugiyono (2010;86).

3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah analisis berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis tentang antara hubungan dua variabel bebas atau lebih secara bersama-sama dengan suatu variabel tergantung. Penggunaan analisis regresi berganda karena pada penelitian ini memiliki 3 variabel bebas. Berikut ini adalah persamaan regresi berganda yang digunakan:

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

Keterangan:

Y = Pembelian Ulang

a = Nilai Konstanta

b = Koefisien Regresi

e = *Standart Error*

X1 = Variabel *E-Service Quality*

X2 = Variabel *E-Satisfaction*

X3 = Variabel *Shopping Exsperience*

Hasil regresi yang diperoleh kemudian dilakukan pengujian untuk mengetahui apakah koefisien regresi yang diperoleh mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak, secara parsial dan mengetahui pula seberapa besar pengaruhnya.

3.10 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2013;97) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara

masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai Adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.

3.11 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji Partial (Uji t)

Menurut Ghozali (2012: 98) Uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis statistik

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$, artinya *E-Service Quality*, *E-Satisfaction*, dan *Shopping Experience* secara parsial tidak ada pengaruh terhadap pembelian ulang di toko online Shopee.

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$, artinya *E-Service Quality*, *E-Satisfaction*, dan *Shopping Experience* secara parsial ada pengaruh terhadap pembelian ulang

2. Menentukan t tabel

Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi (α) sebesar 5% (0,05) dengan pengujian dua arah (*2-tailed*) dengan derajat bebas atau *degree Offreedom* (df) menggunakan rumus berikut :

$$df = n - 2$$

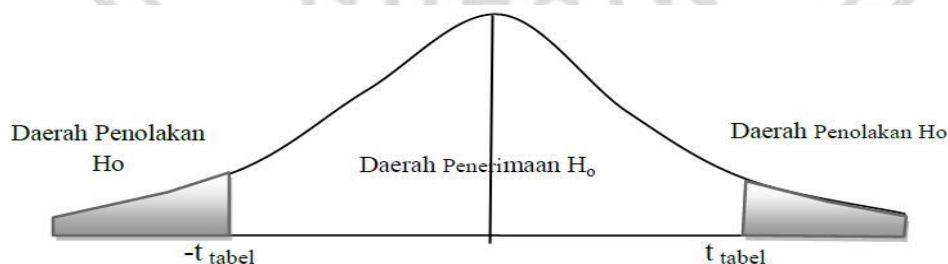
Keterangan :

n = jumlah sampel

2 = *two tail test*

3. Menentukan kriteria pengambilan keputusan

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial ada variabel bebas *E-Service Quality* (X_1), *E-Satisfaction* (X_2), *Shopping Ekperience* (X_3) berpengaruh terhadap Pembelian Ulang (Y).
- 2) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara parsial variabel bebas *E-Service Quality* (X_1), *E-Satisfaction* (X_2), *Shopping Ekperience* (X_3) tidak berpengaruh terhadap Pembelian Ulang (Y).



Gambar 3.1
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t