

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Metode adalah salah satu cara yang ditempuh untuk mencapai tujuan, sedangkan tujuan dari penelitian itu sendiri terdiri dari pengungkapan, menggambarkan, menyimpulkan hasil pemecahan yang akan memengaruhi penelitian. Menurut Sugiono (2017:2) definisi metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif dan analisis verifikatif, karena adanya variabel-variabel yang akan ditelaah hubungannya serta tujuannya untuk menyajikan gambaran secara terstruktur, faktual, mengenai fakta-fakta hubungannya antar variabel yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2017:8), definisi metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya *random*, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

Menurut sugiyono (2017:58), definisi penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan atau

menggunakan dengan variabel lain. Melalui penelitian deskriptif dapat digunakan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji:

1. Bagaimana tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan pada situs jual beli online Shopee
2. Bagaimana tanggapan responden terhadap kualitas informasi pada situs jual beli online Shopee
3. Bagaimana kepuasan konsumen pada situs jual beli online Shopee

Menurut sugiyono (2017:58), mendefinisikan pengertian metode verifikatif adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk menguji teori, dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak

Penelitian verifikatif digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji rumusan masalah nomor empat yaitu seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas informasi secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.

### **3.2 Definisi Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Variabel dan operasional variabel penelitian merupakan variabel-variabel yang harus didefinisikan dengan jelas agar tidak terjadi pengertian berarti ganda. Variabel merupakan aspek yang penting dari suatu penelitian, karena dengan variabel penelitian dapat melakukan pengolahan data yang berujung untuk memecahkan masalah penelitian atau menjawab hipotesis penelitian. aspek yang diteliti dalam penelitian ini meliputi variabel ( $X_1$ ) kualitas pelayanan, variabel

( $X_2$ ) kualitas informasi dan variabel (Y) kepuasan konsumen. Variabel-variabel tersebut kemudian di operasionalisasikan berdasarkan dimensi, indikator, ukuran, dan skala penelitian. Adapun penjelasan lebih lanjut mengenai definisi dan operasionalisasi variabel penelitian adalah sebagai berikut:

### **3.2.1 Definisi Variabel Penelitian**

Variabel penelitian terdiri dari variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent). Menurut Sugiyono (2017:38) 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. Menurut Sugiyono (2017:39) variabel dependent atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, yang disimbolkan dengan simbol Y.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdapat dua variabel independent (kualitas pelayanan dan kualitas informasi) dan variabel dependent (kepuasan konsumen). Adapun penjelasannya sebagai berikut:

#### **a. Kualitas pelayanan ( $X_1$ )**

Kualitas pelayanan merupakan bahwa pelayanan suatu tindakan yang berhubungan langsung dengan konsumen yang menawarkan barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen menurut

Lopiyoadi (2013:197), Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2012:131) dan Fandy Tjiptono (2012:157).

b. Kualitas Informasi ( $X_2$ )

Informasi dapat dikatakan berkualitas tergantung pada beberapa hal yaitu akurat, relevan, lengkap, kebenaran, teratur, jelasan, dan tepat waktu menurut Tata Sutabri (2012:22), Lippeveld Sauborn dan Bodart dalam Bamabang Hartono (2013:17) dan McLeod (1995) dalam Azhar Susanto (2013:38)

c. Kepuasan Konsumen merupakan perasaan yang dirasakan setelah membandingkan antara kinerja atau hasil dengan harapan menurut Kotler dan Keller yang dikutip oleh Bob Sabran (2012:177), kiverz dan Samoson dalam Sangadji dan Sopiah (2013:181) dan Fandy Tjiptono (2012:146).

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel adalah penarikan batasan yang lebih menjelaskan ciri-ciri spesifikasi yang lebih substansial dari suatu konsep. Berdasarkan pengertian-pengertian variabel yang akan diteliti diatas, peneliti menetapkan sub vaiabel kemudian dikembangkan menjadi indikator-indikator. Indikator-indikator tersebut dikembangkan lagi menjadi pertanyaan-pertanyaan yang akan digunakan dalam pembuatan kuesioner. Tujuannya adalah agar penelitian dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya. Agar lebih jelas berikut ini adalah tabel 1.3 mengenai konsep dan indikator dari variabel-variabel tersebut:

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

No	Variabel dan konsep variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No item
1.	<p>Kualitas Pelayanan (X1)</p> <p>Kualitas pelayanan merupakan bahwa pelayanan suatu tindakan yang berhubungan langsung dengan konsumen yang menawarkan barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.</p> <p>Lopiyoadi (2013:197), Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2012:131) dan Fandy Tjiptono (2012:157).</p>	<i>Tangible</i> (bukti fisik)	Tampilan halaman website dan aplikasi mobile	Tingkat tampilan halaman website dan aplikasi mobile	Ordinal	1
			Website tidak pernah mengalami gangguan jaringan	Tingkat gangguan jaringan pada website	Ordinal	2
			Kemudahan mengakses halaman website dan aplikasi mobile	Tingkat kemudahan mengakses halaman website dan aplikasi mobile	Ordinal	3
		<i>Emphaty</i> (empati)	Kemudahan menghubungi pihak lain	Tingkat kemudahan menghubungi pihak lain	Ordinal	4
			Memberikan perhatian atau estensi menanggapi permintaan dan keluhan dari konsumen	Tingkat perhatian atau estensi menanggapi permintaan dan keluhan dari konsumen	Ordinal	5
		<i>Reliability</i> (keandalan)	Kemampuan perusahaan dalam mengirim barang	Tingkat kemampuan dalam mengirim barang	Ordinal	6
			Kemampuan perusahaan dalam menjelaskan produk	Tingkat kemampuan dalam menjelaskan produk	Ordinal	7
		<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	Ketepatan perusahaan dalam melayani konsumen	Tingkat ketepat dalam melayani konsumen	Ordinal	8
			Kecepatan perusahaan dalam menanggapi keluhan	Tingkat kecepatan dalam menanggapi keluhan	Ordinal	9
		<i>Assurance</i> (jaminan)	Jaminan ketepatan waktu pengiriman barang	Tingkat jaminan ketepatan waktu pengiriman barang	Ordinal	10
			Jaminan pengganti barang rusak atau pengembalian uang	Tingkat jaminan penggantian barang atau mengembalikan uang	Ordinal	11

			Jaminan keamanan bertransaksi	Tingkat keamanan bertransaksi		12
2.	Kualitas Informasi (X2)  Informasi dapat dikatakan berkualitas tergantung pada beberapa hal yaitu akurat, relevan, lengkap, kebenaran, teratur, jelas, dan tepat waktu.  Tata Sutabri (2012:22), Lippeveld Sauborn dan Bodart dalam Bamabang Hartono (2013:17) dan McLeod (1995) dalam Azhar Susanto (2013:38)	Akurat	Informasi yang dapat dipercaya	Tingkat informasi yang dapat dipercaya	Ordinal	13
			Kebenaran informasi	Tingkat kebenaran informasi		14
		Relevan	Informasi yang dapat membantu pembeli	Tingkat informasi yang dapat membantu pembeli	Ordinal	15
			Informasi yang diberikan relevan	Tingkat informasi yang diberikan relevan	Ordinal	16
		Kejelasan	Memberikan informasi produk secara detail	Tingkat informasi produk secara detail	Ordinal	17
			Informasi yang diberikan dapat dimengerti	Tingkat informasi yang dapat dimengerti	Ordinal	18
		Lengkapan	Informasi yang lengkap tentang produk	Tingkat informasi yang lengkap tentang produk	Ordinal	19
			Informasi yang lengkap tentang panduan transaksi	Tingkat informasi yang lengkap tentang panduan transaksi	Ordinal	20
		Ketepatan waktu	Ketepatan dalam memberikan informasi	Tingkat ketepatan dalam memberikan informasi	Ordinal	21
			Ketepatan waktu dalam memberikan informasi terbaru	Tingkat ketepatan waktu dalam memberikan informasi terbaru		22
3.	Kepuasan Konsumen (Y)  Kepuasan Konsumen merupakan perasaan yang dirasakan setelah membandingkan antara kinerja atau hasil dengan harapan.  Kotler dan Keller yang dikutip oleh	Kinerja	Kepuasan terhadap kualitas pelayanan	Tingkat kepuasan terhadap kelitas pelayanan	Ordinal	23
			Kepuasan terhadap kualitas informasi	Tingkat kepuasan terhadap kualitas pelayanan	ordinal	24
			Kepuasan atas kemudahan mengakses halaman website dan aplikasi mobile	Tingkat kepuasan atas kemudahan mengakses halaman website dan aplikasi mobile	Ordinal	25
			Kepuasan atas jaminan ketepatan pengiriman barang	Tingkat kepuasan atas jaminan ketepatan pengiriman	Ordinal	26

	Bob Sabran (2012:177), Fandy Tjiptono (2012:146) dan Irwan (2012:35).	Harapan	Kesesuaian kualitas pelayanan	Tingkat kesesuaian kualitas pelayanan	Ordinal	27
			Kesesuaian kualitas informasi	Tingkat kesesuaian kualitas pelayanan	Ordinal	28
			Terpenuhinya keinginan konsumen	Tingkat terpenuhinya keinginan konsumen	Ordinal	29

Sumber: diolah oleh penulis

### 3.3 Populasi dan Sempel

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang diteliti sehingga permasalahan dalam penelitian dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek yang diteliti dan dapat membantu peneliti dalam pengolahan data untuk memecahkan masalah penelitian untuk memudahkan penelitian, peneliti menggunakan sampel dalam pengolahan datanya. Populasi digunakan untuk menyebutkan seluruh elemen atau anggota dari suatu wilayah yang menjadi sasaran peneliti atau merupakan keseluruhan objek penelitian. adapun besarnya populasi dari sampel yang diambil dalam penelitian ini sebagai berikut:

#### 3.3.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:80), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjektif yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini yang akan menjadi populasi adalah mahasiswa/i aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung. Berikut adalah data populasinya:

**Tabel 3.2**  
**Jumlah Mahasiswa/i Aktif Angkatan 2014-2017**

No.	Program Studi	jumlah
1.	Manajemen	1.310
2.	Akuntansi	980
3.	Ekonomi pembangunan	318
Jumlah		2.608

Sumber: KSBAP Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung 2018

Berdasarkan tabel 3.2 menyatakan bahwa jumlah mahasiswa/i aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung angkatan 2014 sampai dengan angkatan 2017 berjumlah 2.608 yaitu program studi manajemen berjumlah 1.310 masiswa, program studi akuntansi berjumlah 980 mahasiswa dan program studi ekonomi pembangunan berjumlah 318 mahasiswa.

Populasi penelitian dalam penelitian ini adalah pengguna situs jual beli online Shopee pada mahasiswa/i fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Pasundan Bandung.

### **3.3.2 Sampel penelitian**

Menurut Sugiyono (2017:81) menyatakan sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Populasi memiliki jumlah yang besar sehingga penulis menggunakan sampel dari populasi tersebut. Sampel yang diambil harus betul-betul dapat mewakili populasi konsumen yang pernah berbelanja situs jual beli online Shopee. Kriteria utama pembelian, sampel didalam penelitian ini adalah pengguna situs Shopee di FEB Upas Bandung yang telah melakukan pembelian secara online di Shopee lebih dari satu kali.



Jumlah anggota sampel yang tepat digunakan dalam penelitian tergantung pada tingkat kesalahan yang diinginkan. Semakin besar tingkat kesalahan, maka semakin kecil jumlah sampel yang digunakan dan sebaliknya semakin kecil tingkat kesalahan maka semakin besar jumlah sampel yang digunakan. Sampel tersebut diambil dari populasi dengan menggunakan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolelir sebesar 10%. Penentu ukuran sampel responden menggunakan rumus slovin yang tunjukan sebagai berikut:

$$\text{Rumus Slovin : } n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Dimana:

n= Ukuran sampel

N= Ukuran populasi

e= Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang dotolelir (10%)

Penelitian ini menggunakan tingkat kesalahan yang dapat ditolelir sebesar 10% (0,1) atau dapat disebutkan tingkat keakuratan 90%, sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi tersebut adalah:

Rumus;

$$n = \frac{2608}{1 + 2068(0,1)^2} = \frac{2608}{522.6} = 96.30 (97)$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka diperoleh ukuran sampel (n) dalam penelitian ini sebanyak 97 orang konsumen shopee yang akan dijadikan sebagai ukuran sampel penelitian.

### **3.3.3 Teknik Sampling**

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian. Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dengan menggunakan pendekatan *sampling incidental* yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bisa dipandang orang yang ditemui kebetulan itu cocok dijadikan sebagai sumber data (Sugiyono, 2017:83).

Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan *sampling incidental* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai yang telah penulis tentukan. Oleh karena itu, sampel yang dipilih sengaja ditentukan berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh penulis untuk mendapatkan sampel yang representatif.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian (Sugiyono, 2017:137). Teknik pengumpulan data penelitian ini, peneliti mengumpulkan berbagai data serta dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian.

Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### 1. Studi Kepustakaan

Pengumpulan data yang diperoleh melalui sumber-sumber tidak langsung yang dikaitkan dengan topik bahasan dari pihak lain secara tidak langsung, seperti penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan, dokumen yang ada kaitannya dengan objek yang diteliti, misalnya:

- a. Buku, yaitu data yang diperoleh literatur keperustakaan, portal berita, majalah, surat kabar dan sumber lain yang dianggap relevan dengan topik yang dibutuhkan dalam penelitian
- b. Jurnal, yaitu data pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang membahas berbagai macam ilmu pendidikan serta penelitian yang dianggap relevan dengan topik penelitian.
- c. Internet, yaitu dengan cara mencari informasi-informasi yang berhubungan dengan topik penelitian yang diaplikasikan di internet baik yang berbentuk jurnal, makalah ataupun karya ilmiah.

#### 2. Penelitian Lapangan

Pencarian data yang dilakukan secara langsung dari responden untuk memperoleh data primer yaitu:

- a. Pengamatan langsung, yaitu teknik pengumpulan data yang tidak terbatas pada ruang tetapi juga objek-objek alam lainnya. Peneliti melakukan suatu

pengamatan langsung dan mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti di wilayah kota Bandung.

- b. Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab atau komunikasi langsung terhadap pihak konsumen perusahaan.
- c. Penyebaran kuesioner, yaitu dengan cara menyebarkan data atau daftar pertanyaan-pertanyaan dengan menyediakan alternatif jawaban atau jawaban yang harus diisi secara pribadi mengenai kualitas pelayanan dan kualitas informasi terhadap kepuasan konsumen pada situs jual beli online Shopee.

### **3.5 Uji Instrument Penelitian**

Teknik pengolahan data meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas untuk menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang ditanyakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat konsistensi pengukuran dari satu responden ke responden yang lain atau dengan kata lain sejauh mana pernyataan dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan tersebut.

Keabsahan suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan, alat pengukuran tersebut yaitu kuesioner. Kuesioner merupakan teknik

pengumpulan data dengan cara pemberian pernyataan-pernyataan kepada responden untuk membantu penulis melakukan penelitian.

### 3.5.1 Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti Sugiyono (2017:121). Kita mengkorelasi skor item dengan total item dengan total item-item tersebut. Jika total koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka tidak valid. Untuk mencari nilai koefisien, maka peneliti menggunakan metode Pearson Product Moment dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x) \sum y}{\sqrt{(n \sum x^2) - (\sum x)^2}(n(\sum y^2) - (\sum y)^2)}$$

Keterangan:

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- x = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
- y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item
- n = Jumlah responden dalam uji instrumen
- $\sum_x$  = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum_y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum_{xy}$  = Jumlah dari hasil kalo pengamatan variabel X dan variabel Y
- $\sum x^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum y^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

Dalam penelitian ini penulis menggunakan media komputerisasi dengan menggunakan SPSS for Windows, dimana dasar pengambilan keputusan sama seperti keterangan sebelumnya.

### **3.5.2 Uji Realibilitas**

Setelah dilakukan uji validitas, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. Hasil penelitian yang reliabel, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda (Sugiyono:2017:121). Cara menguji reliabilitas yaitu menggunakan *cronbach alpha* bisa dilihat dari nilai *Alpha*, jika nilai *Alpha* > dari nilai  $r_{tabel}$  yaitu 0,7 maka dikatakan reliabel. Hasil pengujian reliabilitas instrument penelitian di tunjukan sebagai berikut.

### **3.6 Metode Analisis Data**

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh respondent atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2017:147).

Metode analisis data yang digunakan diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal. Karena datanya kuantitatif, maka metode analisis data menggunakan metode statistik yang sudah tersedia.

Untuk mencari tahu mengenai penelitian, digunakan beberapa pernyataan yang dibuat untuk memudahkan dalam memperoleh data atau keterangan dari responden di jual beli *online* Shopee. Kemudian data yang diolah dari hasil pengumpulan kuesioner diberi bobot dalam setiap alternatif jawaban. Pengolahan data dari hasil angket digunakan dengan menggunakan skala *likert*.

Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial menurut Sugiyono (2017:93). Dengan skala *likert* maka variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pernyataan baik bersifat favorable (positif) ataupun unfavorable (negatif). Dimana dengan skala ini akan memberikan kemudahan untuk penulis dalam mengolah data. Adapun alternatif jawaban dengan menggunakan skala likert, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pernyataan alternatif sebagai berikut yang dapat ditunjukkan pada tabel 3.4 dapat dilihat jawaban dan bobot skor untuk item-item instrumen pada pernyataan dalam kuesioner.

Berikut ini adalah kriteria penilaian yang digunakan pada skala *likert* menurut Sugiyono (2017:94) :

**Tabel 3.2**  
**Skala Model Likert**

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2017:94)

Mengacu pada ketentuan tersebut, maka jawaban dari setiap responden perlu diubah menjadi skala *interval* dan dapat dihitung skornya yang kemudian ditabulasikan untuk menguji validasi dan reliabilitas data.

### 3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah 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). Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain.

Variabel penelitian ini yaitu kualitas pelayanan, kualitas informasi dan kepuasan konsumen. Lalu selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total responden. Dari jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Untuk mendeskripsikan data pada setiap variabel penilaian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (sekor) variabel penelitian masuk dalam kategori : Sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju.

$$skor\ rata - rata = \frac{\sum \text{jawaban kuesioner}}{\sum \text{pertanyaan} \times \sum \text{responden}}$$



Setelah diketahui skor rata-rata, maka untuk mengkategorikan dan mengklasifikasikan kecenderungan jawaban responden kedalam skala dapat ditentukan sebagai berikut:

$$\text{Skor Minimum} = 1$$

$$\text{Skor Maximum} = 5$$

$$\text{Lebar skala} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Dengan mengukur statistik, metode deskriptif dapat dilihat dengan menggunakan perhitungan mean, modus ataupun frekuensi. Berdasarkan perhitungan lebar skala diatas yaitu sebesar 0,8 dengan demikian kategori skala dapat ditemukan sebagai berikut:

**Tabel 3.4**  
**Kategori Skala**

Interval	Kriteria
1,00-1,80	Sanagat Tidak Baik/ Sangat Rendah
1,81-2,60	Tidak Baik/ Rendah
2,61-3,40	Cukup/ Sedang
3,41-4,20	Baik/ Tinggi
4,21-5,00	Sangat Baik/ Sangat Tinggi

Sumber: Husein Umar (2013:10)

Tafsiran nilai rata-rata tersebut dapat diinterpretasikan kedalam garis kontinum. Garis kontinu dapat dilihat pada gambar 3. di bawah ini

STB	TB	KB	B	SB
1.00	1.80	2.60	3.40	4.20
				5.00

Gambar 3.2  
Garis Kontinum Sumber : Sugiyono (2017:95)

### 3.6.2 Analisis Verifikatif

Metode verifikatif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan anatara variabel satu dengan variabel lain (sugiyono 2017:147). Metode verifikatif digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis.

#### 3.6.2.1 Methode of successive interval (MSI)

Setelah mendapatkan data hasil penyebaran kuesioner, data yang didapat masih berskala ordinal harus diubah menjadi skala interval, untuk data yang berskala ordinal perlu diubah menjadi skal interval. Hal tersebut karena peneliti menggunakan metode analisis linier berganda dalam pengolahan datanya. Perubahan data dari skala ordinal ke skala interval dengan menggunakan teknik *method succesive of internal* menurut Sugiyono (2013:25). Langkah-langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Tentukan dengan tegas (variabel) sikap apa yang akan diukur.
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dipertanyakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut sebagai proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal
5. Dengan menggunakan tabe; distribusi normal standar kita tentukan nilai Z

6. Menentukan nilai skala (scala value/SV)
7. Menghitung skor hasil informasi untuk setiap pilihan jawaban dengan menggunakan nama sebagai berikut:

$$SV = \frac{\text{kepadatan batas bawah} - \text{kepadatan batas atas}}{\text{daerah di bawah batas atas} - \text{daerah di bawah batas bawah}}$$

Pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti selanjutnya dengan menggunakan media komputersasi yaitu *SPSS for Windows* untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval.

### 3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan fungsional diantara variabel independen (kepuasan konsumen dan kualitas informasi) dengan variabel dependen (kepuasan konsumen). Persamaan regresi linier ganda dalam penelitian ini menggunakan rumusan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 \dots \dots \dots + b_n X_n + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

a = Konstanta, nilai tetap dari Y jika  $X_1 X_2 = 0$

$b_1 b_2$  = Koefisien regresi, menunjukkan besarnya pengaruh  $x_1$  dan  $x_2$

$X_1$  = variabel bebasa

$X_2$  = variabel bebas

e = *Standart error*

nilai  $a$ ,  $b_1$ ,  $b_2$  dapat menggunakan rumusan sebagai berikut

$$\sum Y = an + b_1 \sum X_1 + b_2 \sum X_2$$

$$\sum X_1 Y = a \sum X_1 + b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 X_2$$

$$\sum X_2 Y = a \sum X_2 + b_1 \sum X_1 X_2 + b_2 \sum X_2^2$$

Setelah  $a$ ,  $b_1$ , dan  $b_2$  didapat maka akan diperoleh persamaan  $Y$ .

### 3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat untuk kekuatan hubungan antar variabel  $X_1, X_2$  terhadap  $Y$  dengan menggunakan rumusan sebagai berikut:

$$R = \frac{JK_{regresi}}{\sum Y^2}$$

Keterangan:

$R$  = Koefisien korelasi berganda

$JK_{regresi}$  = Jumlah kuadrat

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat total korelasi

Untuk memperoleh nilai  $JK_{regresi}$  perhitungannya dengan menggunakan rumusan:

$$JK_{regresi} = b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y$$

Keterangan:

$$\sum X_1 Y = \sum X_1 - \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{n}$$

$$\sum X_2 Y = \sum X_2 - \frac{(\sum X_2)(\sum Y)}{n}$$

Untuk memperoleh nilai  $\sum Y^2$  digunakan rumusan sebagai berikut:

$$\sum Y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

Berdasarkan nilai  $r$  yang diperoleh, maka dapat dihubungkan  $-1 \leq r \leq 1$  yaitu:

Apabila  $r = 1$  artinya terdapat hubungan antara variabel  $X_1, X_2$  dan variabel  $Y$

Apabila  $r = -1$  artinya terdapat hubungan antara variabel negatif

Apabila  $r = 0$  artinya tidak terdapat korelasi

Pengaruh kuat atau tidaknya hubungan antar variabel dapat dilihat jika semakin mendekati angka 1 maka korelasi semakin mendekati sempurna, interpretasi angka korelasi dapat ditunjukkan pada sebagai berikut:

**Tabel 3.4**  
**Interpretasi Terhadap Hubungan Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000-0,199	Sangat Rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Sedang
0,600-0,799	Kuat
0,800-0,999	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2017:184)

### 3.5.3 Uji hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui kebenaran dari dugaan sementara. Hipotesis pada dasarnya diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2017:159). Pengertian tersebut untuk hipotesis penelitian.

Sedangkan secara statistik hipotesis diartikan sebagai pernyataan mengenai keadaan populasi (parameter) yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian (statistik) (Sugiyono, 2017:160). Oleh karena itu, dalam statistik yang diuji adalah hipotesis nol.

Menurut Sugiyono (2017:160), hipotesis nol adalah pernyataan tidak adanya perbedaan antara parameter dengan statistik (data sampel). Lawan dari hipotesis nol adalah hipotesis alternatif, yang menyatakan ada perbedaan antara parameter dan statistik. Hipotesis nol diberi notasi  $H_0$ . Dan hipotesis alternatif diberi notasi  $H_a$ .

Penolakan dan penerimaan hipotesis sangat bergantung kepada hasil penyelidikan terhadap fakta yang sudah dikumpulkan. Uji hipotesis antara variabel  $X_1$  (kualitas pelayanan),  $X_2$  (kualitas informasi), dan  $Y$  (kepuasan konsumen).

Menentukan tingkat signifikan, yaitu 5% atau 0,05 dan derajat bebas pembilang ( $df_1$ ) =  $k-1$  dan derajat bebas penyebut ( $df_2$ ) =  $n-k$ , untuk mengetahui daerah sebagai batas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis. Nilai uji  $F$  diperoleh dengan perhitungan rumusan sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2/K}{(1 - R^2)(n - K - 1)}$$

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien korelasi ganda yang telah ditemukan

$K$  = Banyaknya variabel bebas

$N$  = Ukuran sampel

$F = F_{hitung}$  yang selanjutnya dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  ( $n-k-1$ ) = derajat kebebasan

Hipotesis parsial dengan uji t, uji t bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh variabel X secara parsial terhadap variabel Y signifikan, dengan menggunakan rumus uji t dengan taraf signifikan 5%. Nilai uji t diperoleh dengan perhitungan rumus sebagai berikut :

$$t = \sqrt{\frac{n - k - 1}{1 - r^2}}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

### 3.7.1 Uji f (Simultan)

Uji f digunakan untuk menguji tingkat signifikansi dari pengaruh variabel independen secara serempak terhadap variabel dependen. Uji F dilaksanakan dengan langkah membandingkan  $F_{hitung}$  dari  $F_{tabel}$  dapat dilihat dari hasil pengolahan data dibagi ANOVA. Hipotesis statistik yang diterima dapat dijabarkan sebagai berikut:

$H_0 = \beta_1, \beta_2 = 0$  : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X1) dan kualitas informasi (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y)

$H_a = \beta_1, \beta_2 \neq 0$  : Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X1) dan Kualitas informasi (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Kriteria dari pengambilan hipotesis yang digunakan  $\alpha = 0,05$  atau 5% selanjutnya hasil hipotesis  $F_{hitung}$  dibandingkan  $F_{tabel}$  dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Sedangkan untuk tarif nyata memiliki kriteria uji  $F_{sig}$  yang digunakan  $\alpha = 0,05$  atau 5% selanjutnya hasil  $F_{sig_{hitung}}$  dibandingkan dengan  $F_{sig_{tabel}}$  dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika  $F_{sig_{hitung}} \geq F_{sig_{tabel}}$  maka  $H_0$  dan  $H_a$  ditolak

Jika  $F_{sig_{hitung}} \leq F_{sig_{tabel}}$  maka  $H_0$  dan  $H_a$  diterima

### 3.7.2 Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{tabel}$  dapat dilihat dari hasil pengolahan data *coefficient*. Hipotesis statistik yang diajukan, sebagai berikut:

$H_0 = \beta_1 = 0$  : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y)

$H_a = \beta_1 \neq 0$  : Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y)

$H_0 = \beta_2 = 0$  : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas informasi ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y)

$H_a = \beta_2 \neq 0$  : Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas informasi ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y)



terhadap kepuasan konsumen (Y)

Berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  dengan tingkat signifikan 5% memiliki ketentuan sebagai berikut:

jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Sedangkan kriteria dari pengambilan hipotesis yang digunakan  $\alpha = 0,05$  atau 5% berdasarkan  $tsig_{hitung}$  dan  $tsig_{tabel}$  memiliki ketentuan sebagai berikut:

Jika  $tsig_{hitung} \geq tsig_{tabel}$  maka  $H_0$  dan  $H_a$  ditolak

Jika  $tsig_{hitung} \leq tsig_{tabel}$  maka  $H_0$  dan  $H_a$  diterima

#### 3.5.4 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X (kualitas pelayanan dan kualitas informasi) terhadap variabel Y (kepuasan konsumen). Untuk melihat seberapa besar pengaruh  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap variabel Y dinyatakan dalam bentuk persen (%). Rumusan adalah sebagai berikut:

##### 1. Analisis koefisien determinasi simultan

Koefisien determinasi simultan digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel  $X_1$ , dan  $X_2$  terhadap variabel Y secara simultan. Rumusan koefisien dterminasi simultan adalah sebagai berikut:

$$K_d = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

$K_d$  = Koefisien determinasi

$R^2$  = kuadrat dari koefisien berganda

## 2. Analisis koefisien determinasi parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh salah satu variabel independen ( $X_1$ ) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Rumusan untuk menghitung koefisien determinasi parsial adalah:

$$K_d = \beta \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

Keterangan:

B = Beta (nilai *standardized coefficient*)

Zero Order = Matrik korelasi variabel independen dengan variabel dependen

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $K_d$  mendekati nol (0) berti pengaruh variabel X terhadap Y lemah
- b. Jika  $K_d$  mendekati satu (1) berti pengaruh variabel X terhadap Y kuat

### 3.6 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan kedalam bentuk item atau pertanyaan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan peneliti dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal penting dalam penelitian. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel kualitas pelayanan, kualitas informasi dan kepuasan konsumen sebagai mana tercantum dalam oprasionalisasi variabel. Rancangan kuesioner yang dibuat oleh peneliti adalah kuesioner tertutup dimana jawaban dibatasi atau sudah ditentukan oleh penulis. Jumlah kuesioner ditentukan berdasarkan indikator variabel penelitian.

### **3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penulis melakukan penelitian di FEB Universitas Pasundan Bandung, jln Tamansari 6-8 Bandung yang pernah berbelanja di situs jual beli online Shopee. Waktu penelitian dimulai pada bulan April sampai Desember 2018.