

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian yang Digunakan**

Metode penelitian digunakan untuk mempermudah peneliti dalam mendapatkan data yang dibutuhkan. Menurut Sugiyono (2017:2), metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indra manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan, dan sistematis meruokan suatu proses yang dipakai dalam penelitian dengan menggunakan berbagai langkah yang bersifat logis.

Metode penelitian yang akan digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut sugiyono (2017:11) metode penelitian deskriptif dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (variabel yang berdisi sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel yang lain. Metode deskriptif digunakan untuk menjawab rumusan masalah pertama, kedua, dan ketiga untuk mengetahui nilai

variabelkemudahan berbelanja dan kualitas pelayanan elektronik, kepuasan konsumen, dan minat beli ulang konsumen.

Penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori dan mencoba menghasilkan metode ilmiah yakni suatu hipotesis yang berupa kesimpulan, apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak (Sugiyono, 2017:11) Metode verifikatif digunakan untuk menjawab rumusan masalah nomor lima, enam dan tujuh yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kemudahan berbelanja, kualitas pelayanan elektronik terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung.

Menurut Sugiyono (2017:8) pengertian metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel terdahulu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

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

Variabel dan operasionalisasi variabel penelitian merupakan variabel-variabel yang harus didefinisikan dengan jelas agar tidak terjadi pengertian berarti ganda. Definisi variabel juga menjadi batasan sejauh mana variabel penelitian dapat dipahami oleh peneliti. Dengan variabel inilah penelitian bisa diolah sehingga dapat diketahui cara pemecahan masalahnya. Untuk melakukan pengolahan data, diperlukan unsur lain yang berhubungan dengan variabel seperti konsep variabel, sub variabel, indikator, ukuran, dan skala.

#### **3.2.1 Definisi Variabel Penelitian**

Variabel merupakan suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari. Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. 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.

Variabel penelitian terdiri dari variabel bebas (*independent*), variabel terikat (*dependent*), dan variabel mediasi (*intervening*). Variabel bebas (*independent*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependent*), yang disimbolkan dengan symbol (X). Kemudian variabel terikat (*dependent*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, yang disimbolkan dengan symbol (Z). Serta variabel antara (*intervening*) adalah variabel yang terletak diantara variabel *independent* dan *dependent*, sehingga variabel *independent* secara tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel *dependent* yang disimbolkan dengan symbol (Y).

Pada penelitian ini terdapat dua variabel yang menjadi variabel bebas (*independent*) yaitu Kemudahan Berbelanja (X1) dan *e-service quality* (X2), kemudian variabel *intervening* Kepuasan Konsumen (Y) dan variabel terikat (*dependent*) Minat Beli Ulang (Z). Variabel-variabel tersebut dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Kemudahan Berbelanja (X1)

Menurut Davis dalam Irmadhani (2015) kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan individu yang menggunakan teknologi baru akan bebas dari kesulitan.

2. Kualitas Pelayanan Elektronik (X2)

Menurut Fandy Tjiptono (2014:410) mendefinisikan *e-service quality* atau kualitas pelayanan elektronik sebagai sejauh mana situs memfasilitasi belanja yang efektif dan efisien dalam hal pembelian, pemasaran, dan pengiriman.

3. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller (2016:177) mengatakan bahwa “*customer satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment resulting from*

*comparing a product perceived performance for outcome in relation his or her expectation.”*

#### 4. Minat Beli Ulang Konsumen (Z)

Minat Beli Ulang menurut Ali Hasan (2018:131) menyatakan bahwa minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu, minat beli ulang yang tinggi menunjukkan tingkat kepuasan konsumen yang tinggi ketika konsumen memutuskan untuk mengadopsi suatu produk.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Berdasarkan pengertian-pengertian keempat variabel yang akan diuji di atas, peneliti menetapkan sub variabel kemudian dikembangkan menjadi indikator-indikator. Indikator-indikator tersebut dikembangkan lagi menjadi pertanyaan-pertanyaan yang akan digunakan dalam pembuatan kuisioner. Agar lebih jelas tentang operasional variabel maka dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut ini:

**Tabel 3.1**

**Operasionalisasi Variabel**

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
<b>Kemudahan (X<sub>1</sub>)</b> Kemudahan	1. Interaksi dengan sistem jelas dan mudah	a. Fitur yang tersedia mudah dipahami	a. Tingkat kemudahan dalam memahami fitur yang tersedia	Ordinal	1

<p>penggunaan didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan individu yang menggunakan teknologi baru akan bebas dari kesulitan.</p> <p>Venkatesh dan Davis dalam Irmadhani (2015)</p>		b. Petunjuk penggunaan situs jual beli online Lazada jelas	b. Tingkat kejelasan dalam petunjuk penggunaan situs jual beli online Lazada	Ordinal	2
	2. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi	a. Mudah dalam mengakses situs jual beli online Lazada	a. Tingkat kemudahan dalam mengakses situs jual beli online Lazada	Ordinal	3
	3. Sistem mudah digunakan	a. Mudah menjelajahi fitur di situs jual beli online Lazada	a. Tingkat kemudahan menjelajahi fitur di situs jual beli online Lazada	Ordinal	4
		b. Mudah melakukan transaksi di Lazada	b. Tingkat kemudahan bertransaksi di Lazada	Ordinal	5
<b>Konsep Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Ukuran</b>	<b>Skala</b>	<b>NK</b>
<i>E-service Quality (X2)</i>  <i>E-service quality</i> atau kualitas pelayanan elektronik	1. Efisiensi	a. Banyak cara mengakses situs jual beli online Lazada	a. Tingkat kemudahan mengakses situs jual beli online Lazada	Ordinal	6
		b. Membantu mendapatkan produk yang dibutuhkan	a. Tingkat memenuhi kebutuhan produk	Ordinal	7

	2. Reliabilitas	a. Situs jual beli online Lazada beroperasi dengan baik	a. Tingkat kelancaraan penggunaan situs jual beli online Lazada	Ordinal	8
	3. Jaminan	a. Kualitas produk sesuai dengan informasi yang diberikan	a. Tingkat kesesuaian kualitas barang	Ordinal	9
		b. Penawaran yang diberikan benar adanya	a. Tingkat keakuratan penawaran kepada konsumen	Ordinal	10
<b>Konsep Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Ukuran</b>	<b>Skala</b>	<b>NK</b>
sebagai sejauh manasitus memfasilitasi belanja yang efektif dan efisien dalam hal pembelian, pemasara, dan pengiriman.		c. Kejelasan mekanisme penanganan masalah	a. Tingkat kejelasan mekanisme penanganan masalah	Ordinal	11
		d. Pengiriman tepat waktu	a. Tingkat ketepatan waktu pengiriman	Ordinal	12
		e. Metode pembayaran yang beragam	a. Tingkat metode pembayaran yang	Ordinal	13

Fandy Tjiptono (2014:410)	4. Privasi	a. Keamanan data pribadi	a. Tingkat keamanan data pribadi	Ordinal	14
		b. Keamanan rekening pribadi	a. Tingkat keamanan rekening pribadi	Ordinal	15
	5. Daya Tanggap	a. Kemampuan karyawan menjelaskan mekanisme penanganan masalah	a. Tingkat kemampuan perusahaan menjelaskan mekanisme penanganan masalah	Ordinal	16
<b>Konsep Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Ukuran</b>	<b>Skala</b>	<b>NK</b>
		b. Kecepatan dalam menanggapi keluhan	a. Tingkat kecepatan dalam menanggapi keluhan	Ordinal	17
		c. Kecepatan dalam menyelesaikan masalah	a. Tingkat kecepatan dalam menyelesaikan masalah	Ordinal	18
	6. Kompensasi	a. Bertanggung jawab atas segala kendala sistem	a. Tingkat pertanggung jawaban pihak Lazada terhadap setiap kendala	Ordinal	19



		b. Memberikan garansi pengembalian uang	a. Tingkat pemberian garansi	Ordinal	20
	7. Kontak	a. Layanan konsumen media <i>online</i>	a. Tingkat kemudahan menghubungi layanan konsumen di media <i>online</i>	Ordinal	21
		b. Layanan konsumen melalui telepon	a. Tingkat kemudahan menghubungi layanan konsumen melalui telepon	Ordinal	22
<b>Konsep Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Ukuran</b>	<b>Skala</b>	<b>NK</b>
<b>Kepuasan Konsumen (Y)</b>  <i>Customer satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment resulting from comparing a product perceived performance for outcome</i>	1. Kinerja	a. Kualitas Pelayanan Sesuai dengan kebutuhan konsumen	a. Tingkat kesesuaian kualitas pelayanan dengan kebutuhan konsumen	Ordinal	23
		b. Sistem yang tersedia sesuai dengan manfaat yang dirasakan	a. Tingkat kesesuaian sistem yang tersedia dengan manfaat yang dirasakan	Ordinal	24
		c. Biaya yang dikeluarkan sebanding dengan yang didapatkan	a. Tingkat kesesuaian biaya yang dikeluarkan dengan yang didapatkan	Ordinal	25

<i>in relation his or her expectation.</i>  Kotler dan Keller (2016:177)	2. Harapan	a. Kualitas pelayanan sesuai dengan harapan konsumen	a. Tingkat kesesuaian kualitas pelayanan dengan harapan konsumen	Ordinal	26
		b. Sistem yang tersedia sesuai dengan manfaat	a. Tingkat kesesuaian manfaat pada sistem dengan yang dirasakan	Ordinal	27
<b>Konsep Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Ukuran</b>	<b>Skala</b>	<b>NK</b>
		c. Biaya yang dikeluarkan sebanding dengan yang didapatkan	a. Tingkat kesebandingan biaya yang dikeluarkan konsumen dengan yang didapatkan	Ordinal	28
<b>Minat Beli Ulang (Z)</b>  Minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu.	1. Minat Transaksional	a. Keinginan untuk selalu menggunakan jasa	a. Tingkat keinginan konsumen untuk selalu menggunakan jasa	Ordinal	29
	2. Minat Referensial	b. Kesiediaan untuk merekomendasikan ke orang lain	a. Tingkat kesiediaan untuk merekomendasikan pada orang lain	Ordinal	30
	3. Minat Preferensial	c. Menjadikan jasa yang digunakan pilihan utama	a. Tingkat menjadikan layanan menjadi pilihan utama	Ordinal	31

Ali Hasan (2018:131)	4. Minat Eksploratif	d. Keinginan untuk mencari informasi mengenai jasa	a. Tingkat keinginan untuk mencari informasi mengenai jasa	Ordinal	32
-------------------------	-------------------------	---	--	---------	----

Sumber: Diolah peneliti

### 3.3 Populasi dan Sampel

Setiap penelitian pasti memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti, sehingga permasalahan yang ada dapat terpecahkan. Populasi dalam penelitian berlaku sebagai objek penelitian, dengan menentukan populasi maka peneliti dapat melakukan pengolahan data. Untuk mempermudah penelitian ada yang disebut sampel, yaitu bagian dari populasi. Adapun besarnya populasi dari sampel yang diambil dalam penelitian ini akan dijelaskan sebagai berikut:

#### 3.3.1 Populasi

Populasi merupakan kelompok elemen yang lengkap dan biasanya berupa orang, transaksi, atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya, populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari tetapi populasi adalah wilayah generalis yang terdiri atas subjek/objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:80). Populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi suatu penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pengunjung *official* Instagram Lazada, adapun jumlah data pengunjungnya sebagai berikut:

**Tabel 3.2**

Tahun	Jumlah Pengunjung	
	2018	2019
April-Juni	152.200	-

<b>Jumlah</b>  <b>Situs Jual Beli</b>	Juli-September	194.800	-	<b>Pengunjung</b>  <b>Online Lazada</b>
	Oktober-Desember	124.910	-	
	Januari-Maret	-	119.700	
	<b>Jumlah</b>	<b>591.610</b>		
	<b>Rata-Rata</b>	<b>49.300</b>		

Sumber: iPrice.com

Berdasarkan tabel 3.2 menunjukkan bahwa jumlah populasi dalam penelitian ini berjumlah 591.600 orang yang didapat dari jumlah pengunjung *official* instagram Lazada pada bulan April 2018-Maret 2019, kemudian diambil rata-rata jumlah pengunjung sebanyak 49.300 orang.

### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Populasi memiliki jumlah yang besar sehingga penulis menggunakan sampel dari populasi tersebut. Menurut Sugiyono (2017:81) yang dimaksud sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dilakukan karena keterbatasan penulis dalam melakukan penelitian baik dari segi dana, waktu, tenaga dan jumlah populasi yang sangat banyak. Sampel yang diambil harus betul-betul dapat mewakili populasi konsumen yang pernah berbelanja di situs jual beli *online* Lazada.

Pada penelitian ini jumlah anggota sampel yang tepat 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 presentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 7%. Penentuan ukuran sampel responden menggunakan rumus Solvin, yang ditunjukkan sebagai berikut:

$$\text{Rumus Solvin: } n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

e : Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolerir (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 7%)

Dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 7% (0,07) atau dapat disebutkan keakuratan 90% sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi tersebut adalah sebesar:

$$\begin{aligned} \text{Rumus Solvin: } n &= \frac{49.300}{1+49.300(0,07)^2} \\ &= 204,07 \approx 205 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka diperoleh ukuran sampel (n) dalam penelitian ini sebanyak 205 orang konsumen Lazada 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 dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling* yaitu dengan sampling kuota. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017:84). Sampling kuota adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan terpenuhi.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpul data merupakan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dan keterangan-keterangan lainnya dalam penelitian yang dilakukan. Pengumpulan data penelitian, peneliti mengumpulkan data dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian. Adapun pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Penelitian Lapangan

Pencarian data yang dilakukan secara langsung dari responden untuk memperoleh data primer untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, penulis memperoleh data melalui:

- a. Observasi, yaitu melakukan pengamatan langsung dan mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan penelitian secara langsung dan mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan penelitian. Peneliti mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan secara langsung pada situs jual beli online Lazada
- b. Wawancara, teknik wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin mengetahui secara lebih detail mengenai data dan informasi untuk kepentingan penelitian dengan melakukan sesi tanya jawab yang dilakukan secara langsung dengan responden ataupun dengan pihak Lazada untuk mendapatkan informasi yang akan dilakukan penelitian ini.
- c. Kuesioner, kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan alat ukur yang dilakukan dengan cara membuat daftar pertanyaan yang kemudian akan dijawab langsung oleh responden. Kuesioner dibagikan kepada responden untuk mengetahui karakteristik responden dan pendapat mengenai masalah penelitian, bentuk kuesioner yang dibuat adalah kuesioner berstruktur, dimana materi

pertanyaan menyangkut pendapat konsumen mengenai kemudaha berbelanja, kualitas pelayanan elektronik, kepuasan konsumen, dan minat beli ulang konsumen.

## 2. Penelitian Kepustakaan

Pengumpulan data yang diperoleh melalui sumber-sumber tidak langsung yang dikaitkan dengan topic pembahasan dari pihak lain secara tidak langsung, seperti penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan, dokumen yang ada kaitannya dengan obojek penelitian:

- a. Studi kepustakaan, yaitu dengan mengumpulkan data-data teoritis melalui buku-buku, tuisan ilmiah, literature yang berkaitan dengan variabel.
- b. Jurnal, yaitu dengan pendukung berhubungan dengan penelitian yang membahas berbagai macam ilmu pendidikan serta penelitian yang dianggap relevan dengan topik penelitian dan juga pembandingan dengan hasil penelitian yang diteliti.
- c. Internet, yaitu dengan cara mencari informas-informasi beru yang berhubungan dengan topic penelitian baik berbentuk jurnal, makalah, dan karya ilmiah.

### 3.5 Uji Instrumen

Instrumen penelitian adalah alat untuk mengukur nilai variabel yang diteliti guna memperoleh data pendukung dalam melakukan suatu penelitin. Jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian tergantung pada jumlah variabel yang diteliti, indtrumen penelitia yang biasa digunakan dalam penelitian adalah beberapa daftar pernyataan kusioner yang diberikan kepada msing-masing responden yang menjadi sampel dalam penelitian. Keabsahan suatu penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan, untuk menguji keabsahan tersebut digunakan dua macam pengujian yaitu uji validitas (*test od validity*) dan uji reliabilitas (*test of reliability*).

### 3.5.1 Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Validitas adalah sejauh mana suatu alat ukur itu menunjukkan ketepatan dan kesesuaian. Menurut Sugiyono (2017:125) validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Instrument yang valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk mencari nilai korelasinya peneliti menggunakan metode Korelasi *Pearson Product Moment* dengan rumusan 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:

$r_{xy}$  = Menunjukkan indeks korelasi antara dua variabel yang dikorelasikan

$r$  = 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 instrument

$\sum x$  = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum xy$  = Jumlah dari hasil kali pengamatan variable X dan variable Y

$\sum x^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X



$\sum y^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

Uji Validitas dalam penelitian ini penulis menggunakan media komputerisasi dengan menggunakan program SPSS *for windows*, dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan nilai  $r_{tabel}$

Dalam kajian ini, uji validitas kuesioner dilakukan secara satu arah karena hipotesis yang dirumuskan menunjukkan arah positif

2. Mencari  $r_{hasil}$

Nilai  $r_{hasil}$  setiap item kuesioner penelitian ini dapat dilihat pada kolom corrected item – total correlation dalam hasil pengolahan data menggunakan SPSS. Nilai-nilai tersebut menunjukkan nilai korelasi butir-butir pertanyaan terhadap skor totalnya. Nilai hitung tersebut dibandingkan dengan  $r_{tabel}$

3. Mengambil keputusan

Dasar pengambilan keputusan pengujian hipotesis adalah:

- a. Jika  $r_{hasil} > r_{tabel}$ , maka butir variabel dinyatakan valid
- b. Jika  $r_{hasil} < r_{tabel}$ , maka butir variabel dinyatakan tidak valid

Hasil uji validitas kuesioner keempat variabel sebagai berikut:

**Tabel 3.3**

**Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Berbelanja (X1)**

No Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,668	0,300	Valid
2	0,754	0,300	Valid
3	0,750	0,300	Valid
4	0,548	0,300	Valid
5	0,398	0,300	Valid

Sumber: Diolah Peneliti

Berdasarkan Tabel 3.3 bahwa seluruh pernyataan dalam variabel kemudahan berbelanja (X1) dinyatakan valid atau dapat dijadikan sebagai alat ukur dari variabel tersebut.

Hal ini dikarenakan seluruh pernyataan memiliki korelasi atau nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  0,300.

**Tabel 3.4**

**Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel *E-service Quality* (X2)**

No Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,433	0,300	Valid
2	0,490	0,300	Valid
3	0,610	0,300	Valid
4	0,721	0,300	Valid
5	0,663	0,300	Valid
6	0,709	0,300	Valid
7	0,763	0,300	Valid
8	0,656	0,300	Valid
9	0,528	0,300	Valid
10	0,508	0,300	Valid
No Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
11	0,502	0,300	Valid
12	0,447	0,300	Valid
13	0,473	0,300	Valid
14	0,431	0,300	Valid
15	0,381	0,300	Valid
16	0,314	0,300	Valid
17	0,661	0,300	Valid

Sumber: Diolah Peneliti

Berdasarkan Tabel 3.4 bahwa seluruh pernyataan dalam variabel *e-service quality* (X2) dinyatakan valid atau dapat dijadikan sebagai alat ukur dari variabel tersebut. Hal ini dikarenakan seluruh pernyataan memiliki korelasi atau nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  0,300.

**Tabel 3.5**

**Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**

No Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,467	0,300	Valid
2	0,427	0,300	Valid
3	0,594	0,300	Valid
4	0,540	0,300	Valid
5	0,552	0,300	Valid
6	0,482	0,300	Valid

Sumber: Diolah Peneliti

Berdasarkan Tabel 3.5 bahwa seluruh pernyataan dalam variabel kepuasan konsumen (Y) dinyatakan valid atau dapat dijadikan sebagai alat ukur dari variabel tersebut. Hal ini dikarenakan seluruh pernyataan memiliki korelasi atau nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  0,300.

**Tabel 3.6**

**Rekapitulasi Hasil Validitas Variabel Minat Beli Ulang (Z)**

No Pernyataan	r hitung	r kritis	Keterangan
1	0,792	0,300	Valid
2	0,841	0,300	Valid
3	0,776	0,300	Valid
4	0,723	0,300	Valid

Sumber: Diolah Peneliti

Berdasarkan Tabel 3.6 bahwa seluruh pernyataan dalam variabel minat beli ulang (Z) dinyatakan valid atau dapat dijadikan sebagai alat ukur dari variabel tersebut. Hal ini dikarenakan seluruh pernyataan memiliki korelasi atau nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  0,300.

### 3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2017:130) Instrumen yang *reliable* adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Maksud dari uji reliabilitas adalah untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, konsistensi meskipun kuesioner ini digunakan kembali di lain waktu. Uji reliabilitas ini dilakukan terhadap item pernyataan dalam kuesioner. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan program SPSS for *windows* dengan *Alpha Cronbach* untuk menguji reliabilitas kuesioner. Nilai reliabilitas dinyatakan dengan koefisien *Alpha Cronbach* berdasarkan kriteria batas terendah reliabilitas adalah 0,6. Bila kriteria pengujian terpenuhi maka kuesioner dinyatakan *reliable*. Bila  $r_{hitung} >$  dari  $r_{tabel}$ , maka instrumen tersebut dikatakan reliabel, sebaliknya jika  $r_{hitung} <$  dari  $r_{tabel}$  maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel. Berikut adalah hasil uji reliabilitas variabel dalam penelitian ini:

**Tabel 3.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2, Y, Z**

Variabel	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<b>Kemudahan Berbelanja</b>	0,824	0,600	Reliabel
<i>E-service Quality</i>	0,892	0,600	Reliabel
<b>Kepuasan Konsumen</b>	0,762	0,600	Reliabel
<b>Minat Beli Ulang</b>	0,898	0,600	Reliabel

Sumber: Diolah Peneliti

### 3.6 Metode Analisis Data Yang Digunakan

Metode analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Penulis melakukan pengumpulan data, kemudian ditentukan alat untuk

memperoleh data dari elemen-elemen yang akan diteliti. Pengolahan data yang terkumpul dari hasil kuesioner dapat dikelompokkan kedalam tiga langkah, yaitu: persiapan, tabulasi, dan penerapan data pada pendekatan penelitian. Persiapan ialah mengumpulkan dan memeriksa kelengkapan lembar kuesioner serta memeriksa kebenaran cara pengisian. Selanjutnya, melakukan tabulasi hasil kuesioner dan memberikan nilai (*scoring*) sesuai dengan sistem penelitian yang telah ditetapkan.

Pengelolaan dan analisis informasi serta data dalam penelitian ini dilakukan dan diolah secara kuantitatif. Metode kuantitatif ini menggunakan skala *likert*. Skala *likert* yaitu suatu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat responden tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert* maka variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan baik bersifat *favorabel* (positif) ataupun *unfavorabel* (negatif), dimana dengan skala ini akan memberikan kemudahan dalam mengolah data. Adapun alternative jawaban dengan menggunakan data skala *likert*, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pertanyaan alternative yang dapat ditunjukkan pada tabel 3.2 dapat dilihat jawaban dan bobot skor untuk item-item instrumen pada pertanyaan dalam kuesioner.

**Tabel 3.8**

**Alternatif Jawaban dengan Skala Likert**

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	
		Bila Positif	Bila Negatif
1	SS (Sangat Setuju)	5	1
2	S (Setuju)	4	2
3	R (Ragu-ragu)	3	3
4	TS (Tidak Setuju)	2	4
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	1	5

Sumber: Sugiyono (2017:94)

### 3.6.1 Analisis deskriptif

Menurut Sugiono (2017:147) Analisis deskriptif adalah sebagai berikut:

“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”.

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan ciri-ciri responden dan variabel penelitian. Dalam penelitian, penulis menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen dan dependen yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Dari jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pembayaran. Untuk mendeskripsikan data pada setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk kedalam kategori: sangat baik, baik, cukup baik, tidak baik, sangat tidak baik. Untuk menetapkan skor rata-rata jumlah jawaban kuesioner dibagi jumlah pertanyaan dikalikan jumlah responden.

$$\sum p = \frac{\sum \text{jawaban kuesioner}}{\sum \text{pernyataan} \times \sum \text{responden}} = \text{Skor rata-rata}$$

Setelah diketahui skor rata-rata, maka hasil tersebut dimasukkan kedalam kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor sebagai berikut:

Nilai tertinggi = 1

Nilai terendah = 5

$$\text{Rentang skor} = \frac{ST-SR}{k} \qquad \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Keterangan : r = rentang skala

ST = skor jawaban tertinggi

SR = skor jawaban terendah

K = kategori

STB	TB	KB	B	SB
-----	----	----	---	----



Sumber: Sugiyono (2017:95)

### **Gambar 3.1 Garis Kontinum**

Keterangan garis kontinum :

1. Jika memiliki kesesuaian 1,00 –1,80 : Sangat Tidak Baik
2. Jika memiliki kesesuaian 1,81 –2,60 : Tidak Baik
3. Jika memiliki kesesuaian 2,61 –3,40 : Kurang Baik
4. Jika memiliki kesesuaian 3,41 –4,20 : Baik
5. Jika memiliki kesesuaian 4,21 –5,00 : Sangat Baik

### **3.6.2 Analisis Verifikatif**

Analisis verifikatif menurut Sugiyono (2017:54) adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori, dan penelitian akan coba menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Analisis verifikatif ini digunakan untuk mengetahui dan menguji kebenaran hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik untuk menjawab rumusan masalah sebagai berikut: Seberapa besar kemudahan berbelanja dan *e-service quality* terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya pada minat beli ulang secara langsung dan tidak langsung. Sesuai dengan hipotesis yang diajukan dalam penelitian akan digunakan telaah statistika yang cocok, untuk itu penelitian ini menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*).

#### **3.6.2.1 Method of Successive Interval (MSI)**

Setelah mendapatkan data dari hasil penyebaran kuesioner, yang berskala ordinal dirubah menjadi skala interval, karena dalam analisis linear berganda data yang diperoleh harus data dengan skala interval, untuk data yang berskala ordinal perlu diubah menjadi skala interval dengan teknik *successive of interval method* 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 dinyatakan 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 tabel distribusi interval standar kita tentukan nilai Z
6. Menentukan nilai skala (*scale value/SV*)
7. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan

$$SV = \frac{\text{Density at lower limit} - \text{Density at Upper limit}}{\text{Area Under Upper limit} - \text{Area Under Lower limit}}$$

menggunakan rumus sebagai berikut:

8. Tentukan nilai transformasi dengan rumus  $Y = SV + [1 + SV_{\min}]$

Pengelolaan data dalam penelitian ini untuk memudahkan dan mempercepat proses perubahan data dari skala ordinal kedalam skala interval, maka penelitian menggunakan media komputerisasi dengan menggunakan program SPSS *for windows*.

### 3.6.2.2 Metode Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur adalah bagian dari model regresi yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat antara satu variabel dengan variabel lainnya. Sistem hubungan sebab akibat tersebut menyangkut dua jenis variabel yaitu variabel bebas yang biasa disimbolkan dengan huruf X1, X2, X3, ....Xn dan variabel terikat atau yang dipengaruhi yang biasa disimbolkan dengan huruf Y1, Y2, Y3,...Yn (Juanim, 2004:17)

Dalam analisis jalur pengaruh variabel independen terhadap dependen variabel dapat berupa pengaruh langsung dan tidak langsung (*direct & indirect effect*) atau dengan kata lain analisis jalur memperhitungkan adanya pengaruh langsung dan tidak langsung. Berbeda



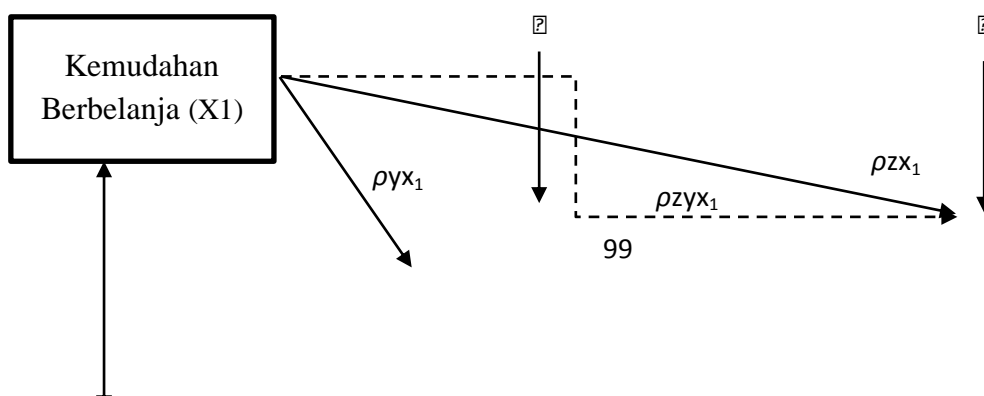
dnegan model regresi biasa dimana pengaruh independen variabel terhadap dependen variabel hanya berbentuk pengaruh langsung. Pengaruh tidak langsung suatu variabel indenden terhadap dependen adalah melalui variabel lain yang disebut variabel antara (*intervening variabel*) (Juanim, 2004:18). Adapun syarat atau asumsi-asumsi yang diperlukan dalam penggunaan analisis path antara lain:

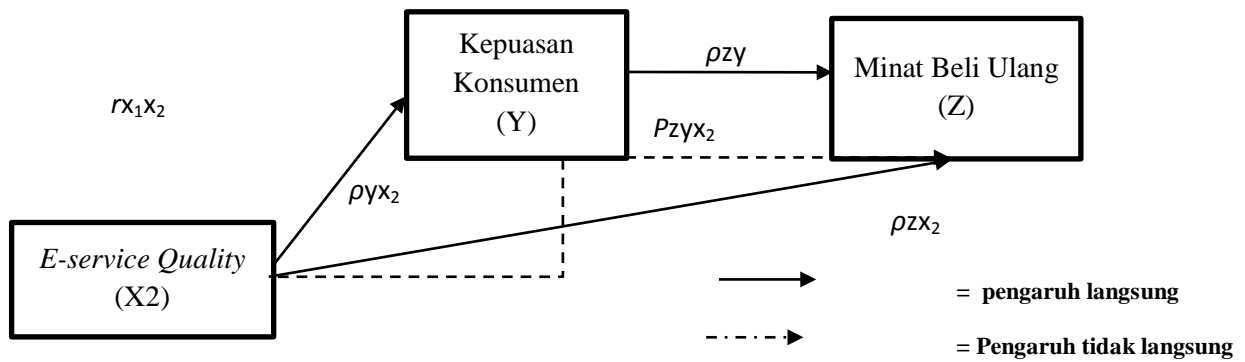
1. Hubungan antar variabel dalam model adalah linier dan adaptif
2. Seluruh eror (residual) diasumsikan tidak berkorelasi dengan yang lainnya.
3. Variabel diasumsikan dapat diukur secara langsung.
4. Model hanya berbentuk rekrusive atau searah.
5. Variabel-variabel diukur oleh skala interval.

### 3.6.2.3 Path Diagram

Diagram jalur adalah alat untuk melukiskan secara grafis struktur hubungan kausalitas antar variabel independen, intervening, dan dependen. Analisis jalur variabel yang dianalisis kausalitasnya dibedakan menjadi dua golongan yaitu variabel eksogen dan variabel endogen. Variabel eksogen adalah variabel yang variabelitasnya diasumsikan terjadi bukan karena penyebab-penyebab didalam model atau dengan kata lain variabel ini tidak ada yang mempengaruhi, sedangkan variabel endogen merupakan variabel yang variasinya terjelaskan oleh variabel eksogen dalam variabel endogen dalam sistem. (Juanim, 2004:19). Variabel eksogen pada penelitian ini adalah kemudahan berbelanja dan kualitas pelayanan elektronik, sedangkan variabel endogen adalah kepuasan konsumen dan minat beli ulang.

Model hubungan antara variabel yang telah di\jelaskan tersebut dapat dilihat melalui diagram jalur pada gambar 3.2 berikut:





Gambar 3.2

### Model Analisis Jalur

#### 3.6.2.4 Koefisien Jalur

Besarnya pengaruh variabel eksogen dan variabel endogen dapat dilihat melalui koefisien jalur. Koefisien jalur mengindikasikan besarnya jalur dari suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen. Koefisien jalur biasanya dicantumkan pada diagram jalur yang dinyatakan dengan nilai *numeric* untuk mengestimasi koefisien jalur, jika hanya satu variabel eksogen (X) mempengaruhi secara langsung terhadap variabel endogen (Y dan Z) maka  $P_{YX}$  diestimasi dengan korelasi sederhana (*simple correlation*) antara X dan Y jadi  $P_{YX}=r_{XY}$  (Juanim, 2004:20) Untuk lebih memperjelas koefisien jalur dapat dilihat pada sebuah path diagram yang ada di gambar 3.2 dalam gambar tersebut dapat kita lihat koefisien-koefisien jalur sebagai berikut:

- $P_{YX_1}$  adalah jalur untuk pengaruh langsung  $X_1$  terhadap Y
- $P_{YX_2}$  adalah jalur untuk pengaruh langsung  $X_2$  terhadap Y
- $P_{ZX_1}$  adalah jalur untuk pengaruh langsung  $X_1$  terhadap Z
- $P_{ZX_2}$  adalah jalur untuk pengaruh langsung  $X_2$  terhadap Z
- $P_{ZY}$  adalah jalur untuk pengaruh langsung Y terhadap Z
- $P_{ZYX_1}$  adalah jalur untuk pengaruh tidak langsung  $X_1$  terhadap Z melalui Y
- $P_{ZYX_2}$  adalah jalur untuk pengaruh tidak langsung  $X_2$  terhadap Z melalui Y

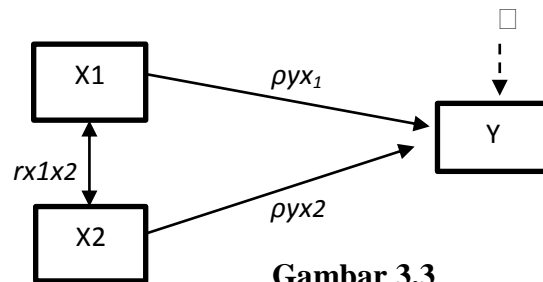
### 3.6.2.5 Persamaan Struktural

Penggunaan diagram jalur untuk menyatakan model yang dianalisis, analisis jalur juga dapat ditampilkan dalam bentuk persamaan yang biasa disebut persamaan structural. Persamaan structural menggambarkan hubungan sebab akibat antara variabel yang diteliti yang dinyatakan dalam bentuk persamaan matematis. Analisis ini dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut:

$$1. Y = \rho_{YX_1} X_1 + \rho_{YX_2} X_2 + \square_1$$

Persamaan structural I menyatakan hubungan kausal dari  $X_1$ ,  $X_2$  dan error.

Digambarkan dalam diagram dihalaman selanjutnya:



Gambar 3.3

#### Model Struktur Hubungan X1, X2 dengan Y

Dimana:

$X_1$  = Kemudahan Berbelanja

$X_2$  = *E-service Quality*

$Y$  = Kepuasan

$\square$  = Faktor yang mempengaruhi  $Y$  dan  $X$

$\rho_{YX_1, X_2}$  = Nilai Korelasi kemudahan berbelanja dan *e-service quality*

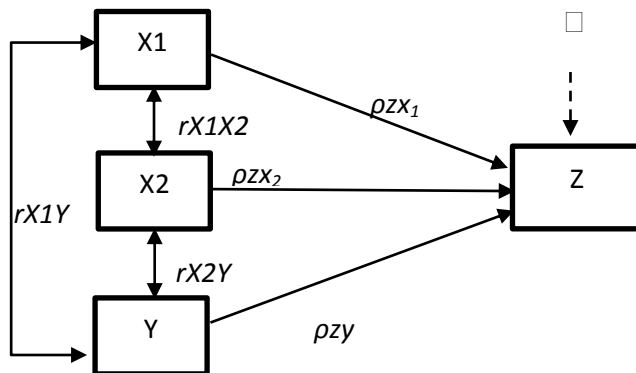
Untuk analisis jalur, koefisien yang digunakan adalah koefisien *beta* atau koefisien standar (*standardized coefficients*). Untuk mengetahui hal lain diluar model (*error*) dihitung

$$\text{rumus } \square = 1 - R^2$$

$$2. Z = \rho_{ZX_1} X_1 + \rho_{ZX_2} X_2 + \rho_{Zy} Y + \square$$

Persamaan structural II menyatakan hubungan kausal dari  $X_1$ ,  $X_2$ , dan error.

Digambarkan pada gambar 3.4:



**Gambar 3.4**

**Model Struktur II Hubungan  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $Y$  dengan  $Z$**

Dimana:

$X_1$  = Kemudahan Berbelanja

$X_2$  = *e-service Quality*

$Y$  = Kepuasan

$Z$  = Minat Beli Ulang

$\square$  = Faktor yang mempengaruhi  $Y$  dan  $X$

$\rho_{zx_1x_2y}$  = Nilai Korelasi kemudahan berbelanja, *e-service quality* dan kepuasan konsumen

**3.6.2.6 Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total**

Analisis jalur memperhitungkan pengaruh langsung dan tidak langsung, berdasarkan diagram jalur kita dapat melihat bagaimana pengaruh dari satu variabel independen ke variabel dependen, tanpa melalui variabel dependen lainnya. Pengaruh langsung adalah pengaruh dari satu variabel independen ke variabel dependen, tanpa melalui variabel dependen lainnya. Sedangkan pengaruh tidak langsung adalah situasi dimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen melalui variabel lain yang disebut intervening (Juanim, 2004:23). Adapun yang disebut pengaruh total adalah penjumlahan pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung sebagai berikut:

### 1. Hasil langsung (*direct effect*)

Hasil dari  $X_1$ ,  $X_2$  terhadap  $Y$  dan hasil  $Y$  terhadap  $Z$  atau lebih sederhana dapat dilihat sebagai berikut:

$$\text{DE } X_1 \longrightarrow Y = \rho_{YX_1}$$

$$\text{DE } X_2 \longrightarrow Y = \rho_{YX_2}$$

$$\text{DE } X_1 \longrightarrow Z = \rho_{ZX_1}$$

$$\text{DE } X_2 \longrightarrow Z = \rho_{ZX_2}$$

$$\text{DE } Y \longrightarrow Z = \rho_{ZY}$$

### 2. Hasil tidak langsung (*indirect effect*)

Hasil tidak langsung adalah dari  $X$  terhadap  $Z$  melalui  $Y$ , atau lebih sederhana dapat dilihat sebagai berikut:

$$\text{IE } X_1 \longrightarrow Y \longrightarrow Z = \rho_{YX_1}, \rho_{ZY}$$

$$\text{IE } X_2 \longrightarrow Y \longrightarrow Z = \rho_{YX_2}, \rho_{ZY}$$

### 3. Hasil Pengaruh Total

Hasil penjumlahan pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung sebagai berikut:

$$\text{TE} = \text{DE } \rho_{YX_1} + \text{IE } \rho_{ZYX_1}$$

$$\text{TE} = \text{DE } \rho_{YX_2} + \text{IE } \rho_{ZYX_2}$$

#### 3.6.2.7 Analisis Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui derajat hubungan atau kekuatan korelasi antara variabel penelitian yaitu Kemudahan berbelanja ( $X_1$ ), *e-service quality* ( $X_2$ ), Kepuasan konsumen ( $Y$ ), Minat beli ulang ( $Z$ ). Korelasi yang digunakan adalah korelasi berganda dengan rumus:

$$r^2 = \frac{\text{JK}(\text{reg})}{\Sigma Y^2}$$

Dimana:

$r^2$  = Koefisien Korelasi Ganda

JK<sub>(reg)</sub> = Jumlah Kuadrat regresi dalam bentuk deviasi  
 $\sum Z$  = Jumlah kuadrat total korelasi dalam bentuk deviasi

**Mencari JK<sub>(reg)</sub> =  $b_1\sum x_1y + b_2\sum x_2y$**

Dimana:

$$\sum X_1Y = \sum X_1Y - \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{N}$$

$$\sum X_2Y = \sum X_2Y - \frac{(\sum X_2)(\sum Y)}{N}$$

**Mencari  $\sum Y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}$**

Berdasarkan nilai r yang diperoleh maka dapat dihubungkan  $-1 < R < 1$ , sedangkan untuk masing-masing nilai r adalah sebagai berikut:

- a. Apabila  $r = 1$ , artinya terdapat hubungan linier positif antara variabel  $X_1, X_2$  dan variabel Y semua positif sempurna.
- b. Apabila  $r = -1$ , artinya terdapat hubungan antara variabel  $X_1, X_2$  dan variabel Y sama negatif sempurna.
- c. Apabila  $r = 0$ , artinya tidak terdapat hubungan antara  $X_1, X_2$ , dan variabel Y.
- d. Apabila nilai r berada diantara -1 dan 1, maka tanda (-) menyatakan adanya korelasi tak langsung antara korelasi negatif dan tanda positif (+) menyatakan adanya korelasi langsung atau korelasi positif.

**Tabel 3.9**

**Interprestasi Koefisien Korelasi**

Sugiyono	Interprestasi Koefisien Korelasi		Sumber: (2017:147)
	Interpretasi Koefisien	Tingkat Hubungan	
	0,00-0,199	Sangat rendah	
	0,20-0,399	Rendah	
	0,40-0,599	Sedang	
	0,60-0,799	Kuat	
	0,80-1,000	Sangat Kuat	

Berdasarkan Tabel 3.9 merupakan interpretasi terhadap hubungan korelasi atau seberea besarnya pengaruh variabel-variabe tidak bebas agar dapat diketahui dengan jelas, peneliti menggunakan pedoman yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017:147) agar dapat mengetahui tingkat seberapa kuat hubungan antar variabel-variabel penelitian dengan baik.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan program SPSS *for windows* untuk perhitungan statistik.

### 3.6.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dugaan atas jawaban sementara mengenai suatu masalah yang masih perlu diuji secara empiris untuk mengetahui apakah pernyataan atau dugaan jawaban itu dapat diterima atau ditolak. Tujuan dari diujinya hipotesis adalah untuk menentukan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara berikut:

#### 3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (F)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji simultan dengan F-test ini bertujuan untuk mengetahui tingkat signifikasn secara simultan atau keseluruhan pengaruh dari variabel indepen terhadap variabel dependen melalui variabel intervening yaitu Kemudahan Berbelanja, dan *e-service quality* terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen. Pengujian ini dilakukan dengan uji F, untuk mengetahui tingkat signifikannya menggunakan rumus:

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

Keterangan:

- F = Uji hipotesis simultan dengan uji F
- $r^2$  = Koefisien korelasi regresi ganda yang telah ditentukan
- K = Banyaknya variabel bebas
- n = Jumlah anggota sampel

Perhitungan tersebut akan diperoleh distribusi F dengan pembilang K dan penyebut dk = (n-k-1) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tolak  $H_0$ , jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima (signifikan)
2. Terima  $H_0$ , jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak (tidak signifikan)

Atau dengan menggunakan SPSS dapat digunakan ketentuan sebagai berikut:

1. Tolak  $H_0$ , jika probabilitas F ( $F_{sig}$ ) < 5%,  $F_{sig}$  (Signifikan).
2. Terima  $H_0$ , jika probabilitas F ( $F_{sig}$ ) > 5%,  $F_{sig}$  (signifikan).

Rancangan hipotesis untuk uji F adalah sebagai berikut:

### Struktur I

1.  $H_0 : \rho_{YX_1X_2} = 0$  Tidak terdapat pengaruh Kemudahan Berbelanja dan *e-service quality* terhadap kepuasan konsumen

$H_a : \rho_{YX_1X_2} \neq 0$  Terdapat pengaruh Kemudahan Berbelanja dan *e-service quality* terhadap kepuasan konsumen

### Struktur II

$H_0 : \rho_{ZYX_1X_2} = 0$  Tidak terdapat pengaruh Kemudahan Berbelanja, *e-service quality* dan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang

$H_a : \rho_{ZYX_1X_2} \neq 0$  Terdapat pengaruh Kemudahan Berbelanja, *e-service quality* dan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang

### 3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (t)

Terdapat dua uji hipotesis secara parsial dalam analisis jalur, yaitu uji hipotesis pada persamaan structural I dan II, uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan secara parsial atau satu-satu pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan rumus uji t dengan tariff signifikan 5% dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

t = Uji hipotesis parsial dengan uji t

r = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y



n = Banyaknya sampel dalam penelitian

Tingkat kesalahan yang dapat ditolerir atau tingkat signifikansinya dalam penelitian dengan menggunakan SPSS ini ditetapkan 5% dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tolak  $H_0$ , jika probabilitas t ( $t_{sig}$ ) < 5%,  $t_{sig}$  (signifikan).
2. Terima  $H_0$ , jika probabilitas t ( $t_{sig}$ ) > 5%,  $t_{sig}$  (signifikan),

### Struktur I

#### 1. Pengaruh Kemudahan Berbelanja terhadap Kepuasan Konsumen

$H_0 : \rho_{YX_1} = 0$  Tidak terdapat pengaruh variabel  $X_1$  (Kemudahan Berbelanja) terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen)

$H_a : \rho_{YX_1} \neq 0$  Terdapat pengaruh variabel  $X_1$  (Kemudahan Berbelanja) terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen)

#### 2. Pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan konsumen

$H_0 : \rho_{YX_2} = 0$  Tidak terdapat pengaruh variabel  $X_2$  (*e-service quality*) terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen)

$H_a : \rho_{YX_2} \neq 0$  Terdapat pengaruh variabel  $X_2$  (*e-service quality*) terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen)

### Struktur II

#### 1. Pengaruh Kemudahan Berbelanja terhadap minat beli ulang konsumen

$H_0 : \rho_{ZX_1} = 0$  Tidak terdapat pengaruh variabel  $X_1$  (Kemudahan Berbelanja) terhadap Variabel Z (Minat Beli Ulang)

$H_a : \rho_{ZX_1} \neq 0$  Terdapat pengaruh  $X_1$  (Kemudahan Berbelanja) terhadap variabel Z (minat beli ulang)

#### 2. Pengaruh *e-service quality* terhadap minat beli ulang konsumen

$H_0 : \rho_{ZX_2} = 0$  Tidak terdapat pengaruh variabel  $X_2$  (*e-service quality*) terhadap variabel Z (Minat beli ulang)

$H_a : \rho_{ZX_2} > 0$  Terdapat pengaruh  $X_2$  (e-service quality) terhadap variabel Z (minat beli ulang)

### 3. Pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang

$H_0 : \rho_{ZY} = 0$  Tidak terdapat pengaruh variabel Y (Kepuasan Konsumen) terhadap variabel Z (Minat beli ulang)

$H_a : \rho_{ZY} > 0$  Terdapat pengaruh Y (kepuasan konsumen) terhadap Variabel Z (Minat beli ulang)

#### 3.6.3.3 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi sering diartikan sebagai seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjalankan varian dari variabel terkaitnya. Secara sederhana koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan Koefisien korelasi ( $r$ ). Hal ini menjelaskan kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varian dan variabel terikatnya. Koefisien determinasi yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel *independen* terhadap *dependen* yang dinyatakan dalam presentase dengan rumus.

$$Kd: r^2 \times 100\%$$

Dimana:

Kd = Koefisien determinasi

$r^2$  = Koefisien korelasi berganda

Kriteria untuk analisis koefisien korelasi ganda adalah :

- a. Jika Kd mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel independen terhadap dependen lemah.
- b. Jika Kd mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independen terhadap dependen kuat.

### 3.7 Rancangan Kuesioner

Rancangan kuesioner ini menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur, sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam skala *likert* variabel yang diukur diuraikan menjadi sub variabel. Kemudian sub variabel, dijadikan menjadi indikator, dan indikator-indikator ini yang kemudian dijadikan instrumen penyusunan pertanyaan atau pernyataan yang akan diisi oleh responden.

Rancangan kuesioner yang dibuat peneliti adalah kuesioner yang bersifat tertutup agar responden dapat dengan mudah dan cepat menjawab pertanyaan atau pernyataan yang diberikan, dimana jawaban yang diberikan dibatasi atau sudah ditentukan oleh peneliti. Dengan berpedoman kepada skala rating dimana setiap jawabannya akan diberikan skor dengan kriteria sebagai berikut:

**Tabel 3.10**  
**Skor Tanggapan Kuesioner**

<b>Tanggapan</b>	<b>Kriteria</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2017)

### 3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang menjadi penelitian ini adalah sebagian masyarakat kota Bandung yang pernah melakukan transaksi di situs jual beli online Lazada Indonesia. Adapun waktu dilakukannya penelitian dilaksanakan mulai bulan Januari 2019.