

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Pengumpulan data yang dilakukan dalam menyelesaikan penelitian ini berupa informasi yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti di dalam penelitian ini. Penelitian yang akan digunakan adalah penelitian bersifat deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang diambil dari analisis data dari sampel yang bertujuan untuk menjelaskan ciri-ciri sampel yang mana hasil tersebut memiliki makna (Kris H. Timotius, 2017:96). Adapun menurut Menurut Sugiyono (2015 : 53) penelitian deskriptif adalah :

“Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lainnya (variabel mandiri adalah variabel yang berdiri sendiri, bukan variabel independen, karena kalau variabel independen selalu dipasangkan dengan variabel dependen”.

Penelitian deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah deskriptif yaitu rumusan masalah nomor satu sampai dengan tiga, agar mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan elektronik terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan Lazada.co.id. Sedangkan, penelitian verifikatif adalah metode penelitian yang hasilnya diketahui dan dapat dibuktikan setelah dilakukan tes perhitungan dan secara empirik (Syukra Alhamda, 2015). Metode verifikatif ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah pada nomor empat sampai dengan enam agar mengetahui seberapa besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara langsung maupun tidak langsung melalui variabel intervening,

pengaruh kualitas pelayanan elektronik terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan Lazada.co.id

3.2. Definisi Variabel dan Operasionalisasi Penelitian

Definisi variabel dan operasionalisasi variabel penelitian ialah 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 yang ada di dalam masing-masing variabel penelitian.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian terdiri dari variabel bebas (*Independent*), variabel terikat (*Dependent*), dan variabel antara (*Intervening*). Menurut Sugiyono (2017:39) variabel bebas (*Independen*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependen*). Variabel bebas disimbolkan dengan simbol (X). Kemudian, variabel terikat (*Dependent*) menurut Sugiyono (2017:39) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat disimbolkan dengan simbol (Z). Serta variabel antara (*Intervening*) menurut Sugiyono (2017:39) adalah variabel penyalur atau antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen. Variabel

intervening disimbolkan dengan simbol (Y). Pada penelitian ini, terdapat satu variabel yang menjadi variabel bebas (independent) yaitu Kualitas Pelayanan Elektronik (X) kemudian Kepuasan Pelanggan (Y) merupakan variabel antara (Intervening), dan Loyalitas Pelanggan (Z) sebagai variabel terikat (Dependent). Variabel-variabel yang ada di dalam penelitian ini dapat didefinisikan sebagai berikut :

1. *E-Service Quality* / Kualitas Pelayanan Elektronik (X)

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Malhotra (2005) dalam (Christian & Nuari, 2016) *E-Service Quality* didefinisikan mencakup semua tahapan yang dilakukan oleh konsumen dengan sebuah website dimana website tersebut memberikan fasilitas dalam berbelanja, melakukan pembelian dan sampai ke tahap pengiriman secara efektif dan efisien.

2. *Customer Satisfaciom* / Kepuasan pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan adalah perasaan puas dalam diri pelanggan saat menggunakan sebuah produk/jasa yang dapat memenuhi persyaratan-persyaratan yang diinginkan oleh pelanggan. Menurut Kotler dalam Rambat Lupiyoadi (2014:228) menyatakan bahwa, “kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan”.

3. *Customer Loyalty* / Loyalitas Pelanggan (Z)

Menurut Hasan (2014) Loyalitas pelanggan adalah orang yang membeli secara teratur dan berulang-ulang, mereka secara terus menerus dan berulang kali datang kesuatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa

dan membayar produk tersebut. Kemudian menurut Griffin (2005) dalam Sangadji dan Sopiha (2013), pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut : Melakukan pembelian secara teratur (*makes regular repeat purchase*), Melakukan pembelian di semua lini produk atau jasa (*purchase across product and service lines*). Merekomendasikan produk lain (*refers other*), Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*demonstrates on immunity to the full of the competition*).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Suatu penelitian perlu untuk membuat sebuah operasionalisasi variabel penelitian agar memudahkan peneliti dalam melakukan penelitiannya. Dengan adanya operasionalisasi variabel penelitian dapat membantu peneliti dalam menentukan dimensi, indikator, ukuran dan skala yang digunakan dari setiap variabel penelitian. Selain itu, operasionalisasi variabel berguna agar penelitian ini tetap berada sesuai dengan konteks yang ada pada variabel-variabel penelitian. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat dari Tabel 3.1 berikut :

Tabel 3.1.
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
Kualitas Pelayanan Elektronik (X) <i>E-Service Quality</i> didefinisikan mencakup semua tahapan yang dilakukan oleh	<i>Fulfillment</i> (Pemenuhan)	Dengan cepat memberikan apa yang dipesan	Tingkat kecepatan dalam memberikan pesanan	Interval	1
		Memberikan layanan yang dapat dipercaya	Tingkat kemampuan dalam memberikan layanan	Interval	2
		Kecepatan merespon keluhan	Tingkat kecepatan merespon	Interval	3

Lanjutan Tabel 3.1

<p>konsumen dengan sebuah website dimana website tersebut memberikan fasilitas dalam berbelanja, melakukan pembelian dan sampai ke tahap pengiriman secara efektif dan efisien</p> <p>Parasuraman et al. (2005) dalam Christian & Nuari (2016)</p>		pelanggan	keluhan pelanggan		
		Kecepatan dan ketepatan dalam menyelesaikan keluhan pelanggan	Tingkat kecepatan dan ketepatan dalam menyelesaikan keluhan pelanggan	Interval	4
		Memberikan janji sesuai dengan yang ditawarkan	Tingkat kesesuaian janji dengan yang ditawarkan	Interval	5
	<i>Efficiency</i> (efisiensi)	Mudah untuk menemukan yang dibutuhkan dalam layanan	Tingkat kemudahan dalam menemukan produk yang dibutuhkan	Interval	6
		Layanan online memungkinkan transaksi selesai dengan cepat	Tingkat kecepatan dalam melakukan transaksi	Interval	7
		Mudah mengakses situs layanan online	Tingkat kemudahan dalam mengakses situs layanan online	Interval	8
	<i>Privacy</i> (Privasi)	Data pribadi konsumen terlindungi	Tingkat perlindungan keamanan data pribadi konsumen	Interval	9
		Data transaksi konsumen terlindungi	Tingkat perlindungan keamanan data transaksi	Interval	10
		Website melindungi data kartu kredit	Tingkat perlindungan data kartu kredit	Interval	11
	<i>System availability</i> (ketersediaan sistem)	Situs layanan online selalu tersedia dengan baik untuk bertransaksi	Tingkat ketersediaan situs untuk melakukan transaksi	Interval	12
		Situs layanan online beroperasi	Tingkat kemampuan situs layanan dalam	Interval	13

Lanjutan Tabel 3.1

		dengan baik	Beroperasi		
		Tidak ada hambatan yang berarti yang dapat mengganggu proses transaksi	Tingkat seberapa besar hambatan terjadi saat proses transaksi	Interval	14
Kepuasan Pelanggan (Y) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan Kotler dan Keller (2016:153)	Kinerja (<i>Performance</i>)	Kinerja Lazada.co.id sangat memberikan kepuasan	Tingkat kepuasan mengenai hasil kinerja yang diberikan Lazada.co.id	Interval	15
			tingkat kemampuan Lazada.co.id dalam memuaskan pelanggan	Interval	16
	Harapan (<i>Expectation</i>)	Lazada.co.id memberikan kepuasan sesuai dengan yang diharapkan	Tingkat kepuasan pelanggan mengenai harapannya yang terpenuhi	Interval	17
			Tingkat kemampuan Lazada.co.id dalam memenuhi harapan pelanggannya	Interval	18
Loyalitas Pelanggan (Z) Loyalitas pelanggan adalah orang yang membeli secara teratur dan berulang-ulang, mereka secara terus menerus berulang kali datang	Melakukan pembelian secara teratur	Pembelian ulang	Tingkat pembelian ulang secara teratur	Interval	19
		Kesetiaan dalam pembelian di toko	Tingkat kesetiaan dalam melakukan pembelian	Interval	20
	Melakukan pembelian di semua lini produk atau jasa	Membeli produk yang bukan menjadi kebutuhan utamanya	Tingkat pembelian produk yang bukan menjadi kebutuhan utama	Interval	21

Lanjutan Tabel 3.1

kesuatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk tersebut. Griffin (2005) dalam Sangadji dan Sopiah (2013)		Hanya membeli produk pada Lazada.co.id	Tingkat pembelian lini produk pada Lazada.co.id	Interval	22
	Merekomendasikan kepada orang lain	Merekomendasikan Lazada.co.id kepada orang lain	Tingkat merekomendasikan Lazada.co.id kepada orang lain	Interval	23
		Merekomendasikan membeli produk di Lazada.co.id kepada orang lain	Tingkat merekomendasikan membeli produk di Lazada.co.id kepada orang lain	Interval	24
	Menunjukkan kekebalan dari daya tarik pesaing	Ketahanan pelanggan terhadap daya tarik pesaing	Tingkat Mengajak orang lain untuk menggunakan Lazada.co.id	Interval	25
		Keinginan untuk berbelanja hanya di Lazada.co.id	Tingkat kesetiaan pelanggan yang berkeinginan untuk berbelanja di Lazada.co.id	Interval	26

Sumber data: oleh Peneliti 2019

3.3. Populasi dan Sampel

Pada sub bab ini Pada sub bab ini akan dijelaskan mengenai pengertian populasi dan populasi yang ada pada penelitian ini serta akan dijelaskan mengenai ukuran sampel yang akan digunakan di dalam penelitian ini. Dimana sampel tersebut akan menjadi responden atau sumber data yang akan digunakan di dalam penelitian ini dan berguna untuk penyelesaian penelitian ini.

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti

untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiono, 2017:80). Fokus penelitian ini berlokasi di kampus II Universitas Pasundan dimana populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif angkatan 2015 dan 2016 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan, dapat dilihat pada tabel 3.2 :

Tabel 3.2
Jumlah Mahasiswa Aktif Angkatan 2015 dan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan

Jurusan	Angkatan	Jumlah Mahasiswa
Manajemen	2015	278
	2016	295
Akuntansi	2015	244
	2016	225
Ekonomi Pembangunan	2015	119
	2016	59
Total		1220

Sumber: SBAP Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan 2018.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Sampel merupakan salah satu unsur dari populasi yang hendak dijadikan suatu objek penelitian. Apabila penelitian menggunakan sampel, maka yang bisa didapat yaitu ciri-ciri sampel yang diharapkan bisa menaksir ciri-ciri populasi. Menurut Sugiyono (2016:81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini tidak seluruh anggota populasi diambil menjadi sampel, melainkan terbatas hanya sebagian dari populasi saja. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang dimiliki peneliti dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dan jumlah populasi yang terlalu banyak. Oleh karena itu sampel yang diambil harus betul-betul sangat representatif (benar-

benar mewakili). Khususnya dalam penelitian ini, sampel tersebut diambil dari populasi dengan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,10) dan penentuan ukuran sampel tersebut menggunakan rumus Slovin, yang dapat ditunjukkan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Dimana: n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolerir
(tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Jumlah populasi yaitu sebanyak 1220 orang dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,10) atau dapat disebutkan tingkat keakuratan 90%, sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi tersebut adalah sebesar :

$$n = \frac{1220}{1 + (1220)(0,10)^2}$$

= 92,42 dibulatkan menjadi 93

Jadi diketahui dari perhitungan, ukuran sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 92,42 dibulatkan menjadi 93 orang responden dengan tingkat kesalahan 10%.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling yaitu Teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian. Dalam pengambilan sampel, peneliti

menggunakan Teknik *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* yaitu Teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono,2016:65).

Teknik *non probability* yang dipilih yaitu *Insidental sampling* . secara spesifik Teknik ini menentukan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara keseluruhan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ini cocok menjadi sumber data (Sugiyono, 2016:67).

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang ada di dalam penelitian ini didapatkan dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.4.1. Sumber Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan informasi-informasi yang diperlukan untuk pembahasan data yang digunakan dalam penelitian. Terdapat beberapa teknik dalam mengumpulkan data, yaitu:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Mengumpulkan data dengan cara melakukan survey lapangan yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Jenis penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data primer dan skunder.

a. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis (Sugiyono 2016:145). Penulis mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan secara langsung di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung.

b. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan fenomena/permasalahan yang harus diteliti dan bila peneliti ingin mengetahui hal-hal mendalam yang bisa didapatkan dari responden dan 77 jumlah responden kecil/sedikit (Sugiyono,2016:137). Wawancara dilakukan dengan tanya jawab dengan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.

c. Kuisisioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2016:142). Kuesioner akan diberikan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan mengenai masalah yang diteliti. Bentuk kuesioner yang dibuat adalah kuesioner berstruktur, dimana materi pertanyaan menyangkut pendapat konsumen mengenai kualitas pelayanan elektronik, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Reseach*)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari *literature* atau sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Studi kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu *literature-*

literature, buku-buku, yang berkaitan dengan objek yang diteliti dan bertujuan untuk mengetahui teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

3.4.2. Skala Pengukuran

Data yang telah didapatkan akan dilakukan analisis data untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (variabel X) terhadap kepuasan pelanggan (variabel Y) dan dampaknya pada loyalitas pelanggan (variabel Z). maka untuk menganalisis kuantitatif setiap jawaban kuesioner menggunakan skala *Semantic Defferensial*. Skala *semantic defferensial* menurut Sugiono (2017:97) digunakan untuk mengukur sikap, hanya bentuknya tidak pilihan ganda maupun *checklist*, tetapi tersusun dalam satu garis kontinum yang jawaban “sangat positifnya” terletak dibagian kanan garis, dan jawaban yang “sangat negatifnya” terletak dibagian kiri garis, atau sebaliknya. Data yang diperoleh dari skala *semantic defferensial* adalah data interval, dan biasanya skala ini digunakan untuk mengukur sikap/karakteristik tertentu yang dipunyai oleh seseorang. Contoh dari skala *semantic defferensial*, yaitu sebagai berikut:

Gambar 3.1
Contoh Kuesioner Sematic Defferensial

Beri nilai gaya kepemimpinan Manajer anda						
	5	4	3	2	1	
Bersahabat						Tidak bersahabat
Tepat janji						Lupa janji
Bersaudara						Memusuhi
Memberi pujian						Mencela
Mempercayai						Mendominasi

Sumber: Sugiyono (2017:97)

Responden dapat memberi jawaban, pada rentang jawaban yang positif sampai dengan negatif. Hal ini tergantung pada persepsi responden kepada yang

dinilai. Responden yang memberikan nilai 1 maka memiliki persepsi sangat negatif terhadap kepemimpinan Manajer, sedangkan angka 3 artinya netral, dan angka 5 artinya responden memiliki persepsi sangat positif terhadap kepemimpinan Manajer.

3.5. Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Setelah semua data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono 2017:147). Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pengolahan data dan menggunakan perhitungan statistik dengan ketentuan teknik sampling. Setelah menentukan sampel dan metode penelitian yang digunakan, selanjutnya membuat rancangan analisis data dan melakukan pengujian hipotesis. Adapun rancangan analisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini akan dijelaskan sebagai berikut.

3.5.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Keabsahan suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan, untuk menguji keabsahan tersebut diperlukan dua macam pengujian, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

3.5.1.1. Uji Validitas

Validitas merupakan salah satu uji yang dilakukan terhadap instrumen penelitian. Menurut Sugiyono (2017:202) uji validitas adalah suatu derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap butir dalam instrumen itu valid atau tidak, dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor butir dengan skor totalnya.

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 (Sugiyono, 2016:269).

Terdapat metode untuk mencari nilai korelasi, yakni metode tersebut digunakan guna menguji validitas dalam penelitian ini adalah dengan korelasi Pearson Product Moment yang dinyatakan dengan rumus berikut:

$$r = \frac{n (\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{((n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)((n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2))}}$$

Sumber: Sugiyono (2017:183)

Keterangan :

- r = Koefisien validitas item yang dicari.
- x = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item.
- y = Skor total instrument.
- n = Jumlah responden dalam uji instrument.
- $\sum x$ = Jumlah hasil pengamatan variable X.
- $\sum y$ = Jumlah hasil pengamatan variable Y.
- $\sum xy$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variable X dan variable Y.

Σx^2 = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X.

Σy^2 = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y.

Dasar mengambil keputusan :

- a. Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrument atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka instrument atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

Sugiyono (2016:179) menyatakan syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrument valid adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 keatas. Oleh karena itu, semua pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

3.5.1.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya (dapat diandalkan) atau dengan kata lain menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten jika dapat dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pertanyaan-pertanyaan yang sudah memenuhi uji validitas dan tidak memenuhi, maka tidak perlu diteruskan untuk uji reliabilitas. Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi atau ketepatan data dalam interval waktu tertentu (Sugiyono, 2016 :173). Pengertian reliabilitas pada dasarnya adalah sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya dan jika hasil

pengukuran yang dilakukan relatif sama maka pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah *split-half Method* (metode belah dua) yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pertanyaan genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus *spearman brown*, dengan cara kerjanya adalah sebagai berikut ini

1. Item dibagi dua secara acak, dikelompokkan dalam kelompok I dan II.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan II
3. Korelasi skor kelompok I dan II dengan rumus :

$$r_b = \frac{n(\sum AB) - (\sum A)(\sum B)}{\sqrt{((n \sum A^2 - (\sum A)^2)(n \sum B^2 - (\sum B)^2))}}$$

Dimana :

r_b = Koefisien korelasi product moment

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

$\sum A$ = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$ = Jumlah total skor belahan genap

$\sum A^2$ = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

$\sum B^2$ = Jumlah kuadran total skor belahan genap

ΣAB = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi Spearman Brown sebagai berikut :

$$r = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Dimana :

r = Nilai reliabilitas

r_b = Korelasi pearson product moment antar belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrument (r_b hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata.

Berikut keputusannya

- a Bila r hitung $>$ dari r tabel , maka instrumen tersebut dikatakan reliabel
- b Bila r hitung $<$ dari r tabel , maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel

Selain valid , alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau realibilitas. Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika , yaitu melalui koefisien reliabilitas.apabilla koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,7 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

3.5.2. Analisis Deskriptif

Analisis dekriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan secara factual dan akurat mengenai hasil penelitian. Menurut Sugiyono (2013:147) mengemukakan bahwa metode deskriptif adalah metode 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.

Selain itu, Sugiyono (2012:206) berpendapat yang termasuk *statistic deskriptif* antara lain penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, penyebaran data melalui perhitungan rata-rata, standar deviasi, dan perhitungan persentase.

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

Untuk mendeskripsikan data dari setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk kedalam kategori : sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Untuk lebih jelasnya pada tabel 3.3 berikut:

Tabel 3.3
Kategori Skala

Skala	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Ragu – ragu
3,41 – 4,20	Setuju

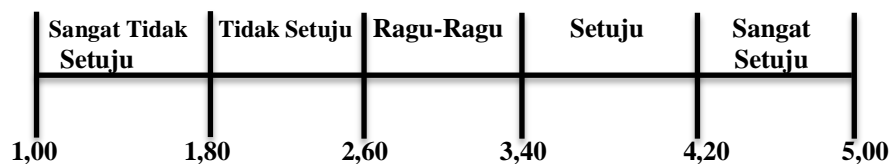
4,21 – 5,00	Sangat Setuju
--------------------	----------------------

Sumber : Sugiyono (2016:134)

Untuk menganalisis setiap pertanyaan atau indikator, hitungan frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan jumlahkan. Setelah setiap indikator mempunyai jumlah, selanjutnya membuat garis kontinum dengan rumus sebagai berikut:

$$JI \text{ (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pertanyaan}}$$

Setelah diketahui skor rata – rata, maka hasil tersebut dimasukan ke dalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor berikut ini :



Gambar 3.2
Garis kontinum

Dimana :

Nilai tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Rentang skor = $5 - 1 : 5 = 0,8$

Maka dapat kita tentukan kategori skala sebagai berikut:

a. Jika memiliki kesesuaian 1,00 – 1,80 : Sangat tidak baik

- b. Jika memiliki kesesuaian 1,81 – 2,60 : Tidak baik
- c. Jika memiliki kesesuaian 2,61 – 3,40 : Kurang baik
- d. Jika memiliki kesesuaian 3,41 – 4,20 : Baik
- e. Jika memiliki kesesuaian 4,21 – 5,00 : Sangat baik

3.5.3. Analisis Verifikatif

Selain menggunakan analisis deskriptif dalam menjawab rumusah masalah penelitian dalam penelitian ini, peneliti juga menggunakan analisis verifikatif. Analisis verifikatif merupakan suatu penelitian yang ditujukan 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 dapat menggunakan beberapa metode seperti berikut.

3.5.3.1. Metode Analisis jalur

Pada penelitian ini peneliti menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Analisis Jalur adalah bagian dari model Regresi yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat antar satu variabel dengan variabel lainnya. Sistem hubungan sebab akibat tersebut menyangkut dua jenis variabel yaitu variabel bebas atau yang lebih dikenal dengan independen, variabel yang biasa di simbolkan dengan huruf $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ dan variabel terikat atau variabel yang dipengaruhi, yang dikenal dengan variabel dependen yang biasa disimbolkan dengan huruf Y_1, Y_2, \dots, Y_n (Juanim, 2004:18).

Dalam analisis jalur in, pengaruh indeppenden variabel terhadap dependen variabel dapat berupa pengaruh langsung dan tidak langsung (*direct & indirect*

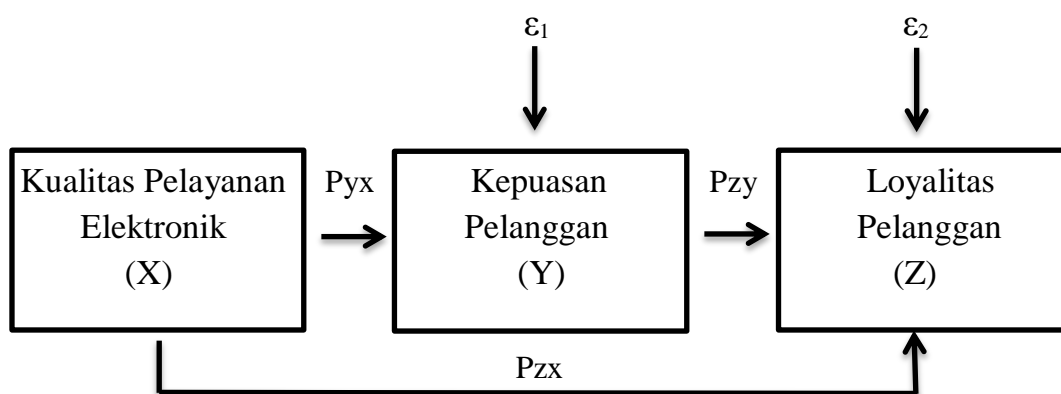
effect) atau dengan kata lain analisis jalur memperhitungkan adanya pengaruh langsung dan tidak langsung. Berbeda dengan nilai regresi biasa dimana pengaruh independen variabel terhadap dependen variabel hanya berbentuk pengaruh langsung. Pengaruh tidak langsung suatu independen variabel terhadap dependen variabel adalah melalui variabel lain yang disebut variabel antara (*intervening variable*) (Juanim, 2004:18-19). Adapun syarat atau asumsi-sumsi yang diperlukan dalam penggunaan analisis jalur antara lain:

1. Hubungan antara variabel dalam model adalah linier dan adaptif
2. Seluruh error (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

Pengaruh langsung yang ada di dalam penelitian ini adalah pengaruh variabel kualitas pelayanan elektronik terhadap variabel loyalitas pelanggan. Sedangkan untuk pengaruh tidak langsung yang ada di dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan elektronik terhadap variabel loyalitas pelanggan melalui variabel antara yaitu kepuasan pelanggan.

Kualitas variabel dalam analisis jalur dibedakan menjadi dua golongan yaitu variabel eksogen dan endogen. Variabel eksogen adalah variabel yang variabelitasnya di asumsikan terjadi oleh bukan karena penyebab-penyebab di dalam model, atau dengan kata lain variabel ini tidak ada yang mempengaruhi. Sedangkan variabel endogen adalah variabel yang variasinya ter jelaskan oleh variabel eksogen atau pun variabel endogen dalam sistem (Juanim, 2004:20).

Variabel eksogen pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan elektronik. Selanjutnya, variabel endogen pada penelitian ini adalah kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.



Gambar 3.3
Model Analisis Jalur

Besarnya pengaruh variabel eksogen dan variabel endogen dapat dilihat melalui koefisien jalur. Koefisien jalur mengindikasikan besarnya pengaruh langsung dari suatu variabel yang mempengaruhi terhadap variabel yang dipengaruhi atau dari suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen. Koefisien-koefisien jalur biasanya dicantumkan pada diagram jalur tepat pada setiap garis jalurnya yang dinyatakan dengan nilai numerik. Di dalam mengestimasi koefisien jalur, jika hanya satu variabel eksogen X mempengaruhi secara langsung terhadap variabel endogen (Y dan Z) maka diestimasi dengan korelasi sederhana (*simple correlation*) antara X dan Y; jadi $P_{yx} = r_{xy}$ (Juanim, 2004:23).

Selain penggunaan analisis jalur untuk menyatakan model yang dianalisis, analisis jalur juga dapat ditampilkan dalam bentuk persamaan yang biasa disebut persamaan struktural. Persamaan sktruktural menggambarkan hubungan sebab akibat antar variabel yang diteliti yang dinyatakan dalam bentuk persamaan

matematis (Juanim, 2004:23).

Analisis jalur dapat memperhitungkan langsung pengaruh langsung dan tidak langsung. Pengaruh langsung adalah pengaruh dari satu variabel independen ke variabel dependen, tanpa melalui variabel dependen lainnya. Sedangkan untuk pengaruh tidak langsung adalah situasi dimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen melalui variabel lain yang disebut dengan 109 109 variabel intervening. Adapun yang disebut dengan pengaruh total adalah penjumlahan pengaruh langsung dan tidak langsung (Juanim, 2004:25).

3.5.3.2.Persamaan Struktural

Selain penggunaan analisis jalur untuk menyatakan model yang dianalisis, analisis jalur juga dapat ditampilkan dalam bentuk persamaan yang biasa disebut persamaan struktural. Persamaan sktruktural menggambarkan hubungan sebab akibat antar variabel yang diteliti yang dinyatakan dalam bentuk persamaan matematis (Juanim, 2018:46). Adapun persamaan struktural dari diagram jalur adalah sebagai berikut:

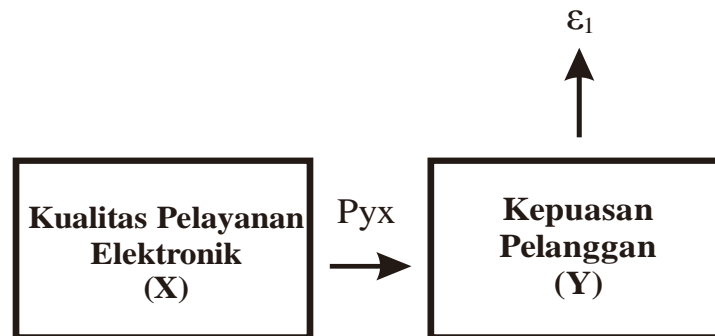
$$Y = P_{yx}X + \varepsilon_1$$

$$Z = P_{zy}Y + P_{zx}X + \varepsilon_2$$

Struktur I

Analisis pertama dengan meliputi persamaan regresi dengan model sebagai berikut

$$Y = P_{yx}X + \varepsilon_1$$



Gambar 3.4
Model Hubungan Struktural I

Dimana :

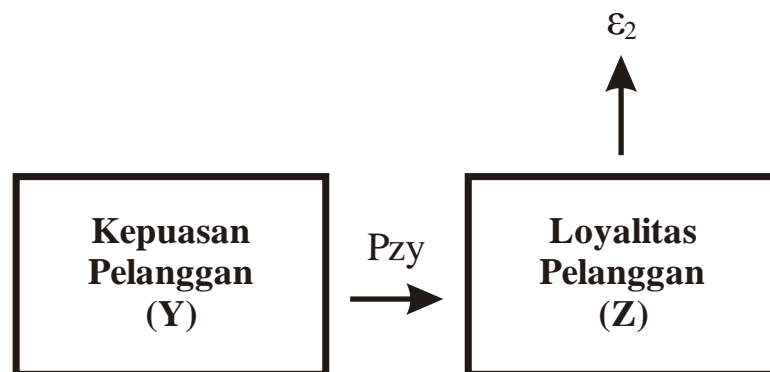
Dependen : Y = kepuasan

Independen : X = Kualitas Pelayanan Elektronik

Struktur II

Analisis kedua dengan meliputi persamaan regresi dengan model sebagai berikut:

$$Z = P_{zy}Y + P_{zx}X + \epsilon_2$$



Gambar 3.5
Model Hubungan Struktural II

Dimana :

Dependen : Z = Loyalitas Pelanggan

Independen : Y = kepuasan Pelanggan

Perhitungan teknik analisis jalur menggunakan program SPSS. Teknik analisis yang digunakan adalah dengan analisis jalur melalui mediasi yaitu melihat

besarnya pengaruh dari variabel kualitas pelayanan elektronik dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Lazada.co.id dengan menggunakan model dua persamaan struktural yaitu, dimana:

1. Terdapat hubungan korelasi antara kualitas pelayanan elektronik (variabel X) dengan kepuasan pelanggan (variabel Y).
2. Kualitas pelayanan elektronik (variabel X) dan kepuasan pelanggan (variabel Y) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (variabel Z).

3.5.3.3. Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa analisis jalur memperhitungkan pengaruh langsung dan tidak langsung. Berdasarkan diagram jalur kita dapat melihat bagaimana pengaruh langsung dan tidak langsung tersebut. Pengaruh langsung adalah pengaruh dari suatu 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* (intermediary) (Juanim, 2018:47). Adapun yang dimaksud pengaruh total adalah penjumlahan pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung dan pengaruh total antara variabel kualitas pelayanan elektronik, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

Pengaruh langsung yaitu pengaruh dari X terhadap Y dan Y terhadap Z.

DE $y_x : X \rightarrow Y$

DE $z_y : Y \rightarrow Z$

2. Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Pengaruh tidak langsung yaitu pengaruh dari X terhadap Z melalui Y

$$IE_{zyx} : X \rightarrow Y \rightarrow Z$$

3. Pengaruh Total (*Total Effect*)

Pengaruh total adalah hasil penjumlahan X terhadap Y baik secara langsung maupun tidak langsung.

$$TE_{yx} + DE_{yx} + IE_{zyx}$$

3.5.4. Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda digunakan untuk mengetahui derajat hubungan atau kekuatan antara variabel penelitian kualitas pelayanan elektronik (X) terhadap kepuasan (Y), serta kualitas pelayanan elektronik (X) dan kepuasan (Y) terhadap loyalitas pelanggan (Z), korelasi yang digunakan adalah korelasi berganda dengan rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$r^2 = \frac{JK_{(reg)}}{\sum Y^2}$$

Dimana :

r^2 = Koefesien korelasi berganda

$JK_{(reg)}$ = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk

deviasi

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

Untuk memperoleh nilai $JK_{(reg)}$, maka perhitungan menggunakan rumus:

$$JK_{(reg)} = b_1 \sum XY$$

Dimana:

$$\Sigma XY = JK XY = \Sigma XY - \frac{(\Sigma x)(\Sigma y)}{n}$$

Untuk memperoleh nilai ΣY^2 , maka digunakan rumus:

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

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

- Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X, Y dan Z
- Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan antar variabel negative
- Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat korelasi
- Apabila nilai R berbeda diantara -1 dan 1 , maka tanda (-) menyatakan adanya korelasi tidak langsung antara korelasi negative dan tanda positif (+) menyatakan adanya korelasi langsung atau korelasi positif.

Interpretasi terhadap hubungan korelasi atau seberapa besarnya pengaruh variabel-variabel tidak bebas agar dapat diketahui dengan jelas, peneliti menggunakan pedoman yang dikemukakan Sugiono (2017:148). Berikut adalah tabel interpretasi mengenai hubungan korelasi antar variable:

Tabel 3.4
Taksiran Besarnya Koefisien 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 (2017:148)

3.5.5. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh hubungan variabel kualitas pelayanan elektronik (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan dampaknya pada loyalitas pelanggan (Z) yang dinyatakan dalam bentuk persentase. Rumus perhitungan pada analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

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

Sumber: www.spssstatistik.com,2018

Dimana :

Kd = Koefisien Determinasi

r^2 = Besarnya Koefisien Korelasi Berganda

Struktur I

Kd = Seberapa besar perubahan variabel terikat (kepuasan pelanggan)

r^2 = Besarnya koefisien korelasi berganda

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah :

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

Struktur II

Kd = Seberapa besar perubahan variabel terikat (loyalitas pelanggan)

r^2 = Besarnya koefisien korelasi berganda

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah :

- c. Jika K_d mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah.
- d. Jika K_d mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

3.5.6. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh dari variabel independen yaitu variabel kualitas pelayanan elektronik (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan dampaknya pada loyalitas pelanggan (Z), baik dilakukan secara simultan maupun parsial. Uji hipotesis pada penelitian ini melalui 2 struktural, yaitu struktural I mengenai pengaruh kualitas pelayanan elektronik terhadap kepuasan pelanggan dan struktural II mengenai pengaruh kualitas pelayanan elektronik dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a).

3.5.6.1. Struktural I

Pengujian hipotesis dengan menggunakan metode analisis jalur untuk structural I digunakan untuk menyatakan hubungan kausal dari X dan error terhadap Y atau hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebagai berikut :

$$Y = P_x + \varepsilon$$

Pada struktural I ini dilakukan uji hipotesis secara simultan (Uji F) dan uji hipotesis secara parsial (Uji T), sebbagai berikut :

1. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis secara simultan dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan secara simultan atau keseluruhan dari variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel intervening yaitu kualitas pelayanan elektronik terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Pengujian ini dilakukan dengan uji F untuk mengetahui tingkat signifikannya dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Sumber: Sugiyono (2017:192)

Dimana :

r^2 = koefisien korelasi ganda yang telah banyak ditentukan

k = Banyaknya variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

Rancangan hipotesis untuk uji F pada Struktur I adalah sebagai berikut:

- a H_0 : $P_{yx} = 0$ (tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan).
- b H_a : $P_{yx} \neq 0$ (terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan).

Keterangan: P_{yx} = nilai korelasi kualitas pelayanan

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

- a. Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ H_a diterima untuk nilai positif.

b. Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ H_a diterima untuk nilai negatif.

2. Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Hipotesis parsial diperlukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan uji t, untuk mengetahui tingkat signifikannya menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-3}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber : Sugiono (2017:184)

Dimana :

r = korelasi parsial yang ditemukan

n = jumlah sampel

t = t hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t tabel

Tingkat kesalahan yang dapat ditolerir atau tingkat signifikannya dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10%. Rancangan hipotesis untuk uji t adalah sebagai berikut :

e. $H_0 : \rho_{yx} = 0$ (tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan elektronik terhadap kepuasan pelanggan secara parsial).

f. $H_a : \rho_{yx} \neq 0$ (terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial).

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

a. Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_a diterima untuk nilai positif.

b. Terima H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_a diterima untuk nilai negatif.

3.5.6.2.Struktur II

Pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis jalur untuk struktural II dapat digunakan untuk menyatakan hubungan kausal dari X, Y dan error terhadap Z atau hubungan kausal dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan persamaan sebagai berikut:

$$Z = P_x + P_y + \varepsilon$$

Pada struktural II ini di lakukan uji hipotesis secara simultan (Uji F) dan uji hipotesis secara parsial (Uji T), sebagai berikut :

1. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis secara simultan dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan secara simultan atau keseluruhan dari variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel intervening yaitu kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Pengujian ini dilakukan dengan uji F untuk mengetahui tingkat signifikannya dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Sumber: Sugiono (2017:192)

Dimana :

r^2 = koefisien korelasi ganda yang telah banyak ditentukan

k = banyaknya variabel bebas

n = ukuran sampel

Rancangan hipotesis untuk uji F pada Struktur II adalah sebagai berikut :

- a. $H_0 : P_{zx}, P_{zy} = 0$ (tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan elektronik dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan)

secara bersama-sama)

- b. $H_a : P_{zyx} \neq 0$ (terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan elektronik dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan)

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

- a. Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ H_a diterima untuk nilai positif.
 b. Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ H_a diterima untuk nilai negatif.

2. Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Hipotesis parsial diperlukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan uji t, untuk mengetahui tingkat signifikannya menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-3}}{\sqrt{1-r_p^2}}$$

Sumber : Sugiono (2017:184)

Dimana :

r_p = korelasi parsial yang ditemukan

n = jumlah sampel

t = t hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t tabel

Tingkat kesalahan yang dapat ditolerir atau tingkat signifikannya dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10%. Rancangan hipotesis untuk uji t adalah sebagai berikut :

- a. $H_0 : P_{zx}, P_{zy} = 0$ (tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan elektronik terhadap kepuasan pelanggan secara parsial).
 b. $H_a : P_{xy}, P_{zy} \neq 0$ (terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan

pelanggan secara parsial).

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

- a. Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_a diterima untuk nilai positif.
- b. Terima H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_a diterima untuk nilai negatif.

3.6. Rancangan kuesioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting.

Penelitian ini penulis menggunakan skala likert. Skala likert variabel yang diukur dijabarkan menjadi sub variable, kemudian sub variabel dijabarkan menjadi indikator, indikator-indikator ini yang kemudian menjadi titik tolak ukur bagi penyusunan item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Dengan menggunakan skala likert setiap jawaban akan diberikan skor dengan kriteria : a = 5, b = 4, c = 3, d = 2, dan e = 1 untuk pertanyaan positif. Sedangkan untuk skor dengan kriteria jawaban a = 1, b = 2, c = 3, d = 4 dan e = 5 untuk pertanyaan negatif.

3.7. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Penelitian untuk penulisan skripsi ini dilakukan penulis di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung berlangsung pada bulan Juli – September 2019.