BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu rancangan peneliti dalam memperoleh informasi maupun data yang berhubungan dengan penelitian serta sebagai alat dalam membantu peneliti dalam memecahkan suatu masalah dalam penelitiannya. Menurut Sugiyono (2016:2) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Penelitian yang penulis lakukan menggunakan metode deskriptif serta verifikatif karena metode tersebut dirasa sesuai dan dapat mendukung dengan permasalahan yang dihadapi oleh penulis. Karena penelti menggunakan tiga variabel dalam penelitian ini yaitu kualitas produk (X1) harga (X2) kepuasan konsumen (Y).

Menurut Sugiyono (2016:11) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain yang diteliti dan dianalisis sehingga menghasilkan suatu kesimpulan. Kemudian penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2016:11) adalah suatu penelitian yang ditunjukan untuk menguji teori, dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak.

Metode penelitian deskriptif yang digunakan peneliti adalah untuk menjawab rumusan masalah yang sebelumnya telah dibuat oleh peneliti di bab 1 yaitu rumusan masalah nomor satu, dua dan tiga. Metode desktiptif digunakan untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas pasundan mengenai keualitas produk, harga, dan kepuasan konsumen pada *e-commerce* JD.ID di Universitas Pasundan. Sedangkan Metode penelitian desktiptif yang digunakan penulis yaitu untuk menjawab rumusan masalah nomor satu, dua, dan tiga. Metode verifikatif digunakan untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen serta seberapa besar pegaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada *e-commerce* JD.ID di Universitas Pasundan baik secara simultan maupun parsial.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel

Definisi variabel merupakan penjabaran mengenai arti dan makna batasan sejauh mana penelitian yang akan dilakukan. Operasional variabel diperlukan untuk mengubah masalah yang diteliti ke dalam bentuk variabel, kemudian menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait Adapun variabelnya adalah Kualitas produk (X1) Harga (X2) Kepuasan Konsumen (Y)

3.2.1 Definisi variable Penelitian

Definisi variabel merupakan penjelasan tentang variabel-variabel yang yang akan diteliti. Setelah ditetapkan mana variabel bebas (independen variabel) dan variabel terikat (dependent variabel) dan variabel moderator (independen kedua) maka penulis akan melakukan penjelasan atau pendefinisian terhadap masing-masing variabel yang digunakan terdiri dari :

1. Variabel Independen (variabel bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (variabel terkait). Sugiyono (2017:39) dalam penelitian yang menjadi variabel independen (variabel bebas) adalah Kualitas prdouk (X1) dan Harga (X2).

   a. Kualitas produk (X1)

      Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan konsumen. Keinginan konsumen tersebut diantaranya daya tahan produk, keandalan produk, kemudahan pemakaian, serta atribut bernilai lainnya yang bebas dari kekurangan dan kerusakan. Kesimpulan dari Kotler and keller (2016), David Garvin dalam buku Fandy Tjiptono (2016), Sangadji (2013).

   b. Harga (X2)

      Harga merupakan sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Kesimpulan dari Kotler dan Armstrong (2016:78), Fandy Tjiptono (2016:2018), Suprayanto dan Rosad (2015:141).

2. Variabel Dependen (variabel terkait) merupakan factor utama yang ingin dijelaskan atau diprediksi dan dipengaruhi atau menjadi akibat adanya variabel independen (variabel bebas). Adapun variabel terkait dalam penelitian ini adalah kepuasan kosumen (Y).

   a. Kepuasan Konsumen (Y)

Merupakan tingkat perasaan seseorang ketika menerima produk atau jasa yang ditawarkan serta membandingkan kinerja atas produk atau jasa yang diterima tersebut dengan harapan konsumen. Kepuasan konsumen satu dengan lainnya akan berbeda sesuai dengan persepsi, keinginan dan kebutuhan konsumen tersebut. Kesimpulan yang di ambil dari Mangkunegara (2016), Fandy Tjiptono (2016), Kotler and Keller dalam Jurnal Swardi (2016).

3.2.2 Operasionalisasi variable Penelitian

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan konsep, dimensi, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian mengenai Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Agar lebih jelasnya disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Table 3.1

Operasioanlisasi Variabel

Variabel dan konsep variabel	Dimensi	indikator	Ukuran	Skala	Item
Variabel independen Kualitas produk(X1)	Kinerja	Kecepatan, ketelitian produk	Kecepatan, kemudahan dan kenyamanan dalam menggunakan produk	ordinal	1

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel dan konsep variabel	Dimensi	indikator	Ukuran	Skala	Item
kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan konsumen. Keinginan konsumen tersebut diantaranya daya tahan produk, keandalan produk, kemudahan pemakaian, serta atribut bernilai lainnya yang bebas dari kekurangan dan kerusakan. **Kotler and keller (2016), David (2016), Sangadji (20**”		Keamanan dalam mengguanakan produk	Tanggaan konsumen tentang kemanan dalam pengunaan prduk	Ordinal	2
	Daya tahan	Daya tahan menunjukan usia produk	tanggapan konsumen mengenai jumlah pemakaian suatu produk sebelum rusak	Ordinal	3
		daya tahan dalam penyimpanan jangka waktu yang lama	tanggapan konsumen mengenai ketahanan dalam penyimpanan produk jangka waktu yang lama	Ordinal	4
	Kesesuaian dan spesifikasi	Karakteristik desain memenuhi standar produk	Tanggapan konsumen mengenai desain yang memenuhi standar produk	Ordinal	5
		Kesesuaian kinerja produk yang telah sesuai standar	Tanggapan konsumen mengenao kinerja produk yangtlah memenuhi standar	Ordinal	6

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel dan konsep variabel	Dimensi	indikator	Ukuran	Skala	Item
	Keistimewaan tambahan	Ciri-ciri tambahan yang ada pada produk	Fitur yang memeiliki pilihan bagi konsumen	Ordinal	7
		Pengawasan kualitas dan desain standar, karaktersitrik produk	Tanggapan konsumen mengenai kualitas spesifikasi prosuk	Ordinal	8
	Daya Tarik	Keindahan penampilan dalam pengemasan	Tanggapan konsumen mengenai tingkat keindahan dalam kemasan	Ordinal	9
		Keindahan warna tampilan poduk	Tanggapan konsumen mengenai tingkat keindahan warna produk	Ordinal	10
	Estetika	Keindahan bentuk fisik prosuk	Tanggapan konsumen mengenai keindahan bentuk fisik produk	Ordinal	11
Variabel independen Harga (X2) Harga merupakan sejumlah uang	Keterjangkauan harga	Harga yang dipresepsikan	Kemampuan konsumen dengan keterjangkauan harga *E-commerce* JD.ID	Ordinal	12

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel dan konsep variabel	Dimensi	indikator	Ukuran	Skala	Item
yang dikeluarka untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa **Kotler & Armstrong (2016:324)**	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Potongan harga jika ada produk yang cacat	Daya saing harga JD.ID mampu bersaing dengan pesaing	Ordinal	13
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga yang diferensikan	Kesesuaian harga dengan manfaat yang diberikan oleh JD.ID	Ordinal	14
	Daya saing harga	Tingkatan harga dengan pesaing	Kesesuaian harga yang mampu memenuhi keinginan konsumen JD.ID	Ordinal	15
Variabel dependen kepuasan konsumen (Y) Merupakan tingkat perasaan seseorang ketika menerima produk atau jasa yang ditawarkan serta membandingkan kinerja atas produk atau jasa yang diterima tersebut dengan harapan konsumen. Kepuasan	Kinerja	Pelayan cepat tanggap atas keluhan konsumen	Tingkat kepuasan atas kemampuan perushaan *E-commerce* dalam melayani konsumen dengan cepat	Ordinal	16
		Kepuasna atas kesigapan pelayanan yang diberikan kepada konsumen	Tingkat kepuasan atas kesigapan pelayanan kepada konsumen	Ordinal	17
		Kepuasan atas sikap karyawan dalam melayani konsumen	Tingkat kepuasan atas sikap karyawan kepada konsumen	Ordinal	18

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel dan konsep variabel	Dimensi	indikator	Ukuran	Skala	Item
konsumen satu dengan lainnya akan berbeda sesuai dengan persepsi, keinginan dan kebutuhan konsumen tersebut. Kesimpulan yang di ambil dari **Mangkunegara (2016), Fandy tjiptono (2016), Kotler and keller dalam jurnal swardi (2016**.	Harapan	Kepuasan atas terpenuhinya keinginan konsumen	Tingkat kepuasan atas terpenuhinya keinginan konsumen	Ordinal	19
		Kepuasan atas kemudahan dalam pemesanan	Tingkat kepuasan atas kemudahan proses dalam pemesanan	Ordinal	20

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Kegiatan Penelitian disamping membutuhkan metode yang tepat juga harus memiliki objek yang jelas untuk dapat diketahui permasalahannya sehingga ditemukan pemecahan dari masalah-masalah yang akan diteliti. Maka dari itu penelitian ini penulis harus mengetahui populasi, sampel serta teknik samplingyang akan digunakan.

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga bisa ditarik suatu kesimpulan. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik

atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tertentu (Sugiyono:2016:117). Dalam penelitian ini populasinya adalah mahasiswa aktif fakultas ekonomi dan bisnis universitas pasundan bandung tahun 2017 dan 2018 dalam Tabel 3.2 sebagai berikut :

Tabel 3.2
Jumlah mahasiswa aktif angkatan 2017 dan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan

Jurusan	Angkatan	Jumlah Mahasiswa
Manajemen	2017	370
	2018	430
Akuntansi	2017	237
	2018	260
Ekonomi Pembangunan	2017	53
	2018	65
Jumlah		1.415

Sumber: SBAP Fakultas ekonomi dan bisnis universitas pasundan 2020

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan dari bagian keseluruhan dari populasi artinya bahwa sampel diambil secara acak maupun sistematik yang dapat mewakili besarnya populasi tersebut. Menurut Sugiyono (2016: 118) menjelaskan bahwa Sampel memiliki arti suatu bagian dari keseluruhan serta karakteristik yang dimiliki oleh sebuah Populasi. Jika Populasi tersebut besar, sehingga para peneliti tentunya tidak memungkinkan untuk mempelajari keseluruhan yang terdapat pada populasi tersebut beberapa kendala yang akan di hadapkan di antaranya seperti keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka dalam hal ini perlunya menggunakan sampel yang di ambil dari populasi itu. Kemudian, apa yang dipelajari dari sampel tersebut maka akan mendapatkan kesimpulan yang nantinya di berlakukan untuk Populasi. Menurut sugiyono (2016:65) Teknik *Non probability* sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap

unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel 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 ditunjukan sebagai berikut:

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

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 1415 orang dengan tingkat kesalahan yang dapat di tolerir sebesar 10% (0,10) atau dapat disebutkan tingkat keakuratan 90%, sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi tersebut adalah sebesar :

$$n = \frac{1415}{1 + 1415(0{,}10)^2}$$

= 93,3993 dibulatkan menjadi 94

Teknik sampel merupakan teknik pengumpulan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Jadi untuk menunjukan bahwa sebuah penelitian yang baik haruslah memperhatikan dan menggunakan sebuah teknik sampel dalam menetapkan sampelnya yang akan diambil sebagai dari subjek penelitian. Dalam pengambilan sampel penulis telah meghitung besar yang didapat yaitu sebanyak 94 orang, peneliti menggunakan teknik *Non probability sampling*. Menurut sugiyono (2016:65) Teknik *Non probability sampling* yaitu teknik

pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *Non probalility* yang dipilih yaitu *accidental Sampling*. Secara spesifik teknik ini menentukan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara keseluruhan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2016:67).

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik yang digunakan untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*. Sugiyono (2017:142) menjelaskan bahwa "*non probability sampling* yaitu teknik sampling yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel". Tujuan peneliti menggunakan *non probability sampling* karena peneliti memiliki keterbatasan waktu dalam melakukan penelitian dan jumlah populasi yang terlalu banyak. Adapun jenis-jenis dari teknik *non probability sampling* yaitu sampling sistematis, sampling kuota, *sampling accidental*, *sampling purposif*, sampling jenuh, dan *snowball sampling*. Teknik *non probability sampling* yang digunakan pada penelitian ini yaitu jenis *sampling accidental*. Menurut Sugiyono (2017:144) *sampling accidental* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan/*accidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam memperoleh setiap informasi suatu penelitian, sebab tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data yang akurat, sehingga tanpa mengetahui teknik pengumpulan data peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan (Sugiyono 2016: 224). Adapun beberapa teknik pengambilan data sebagai berikut :

1. Penelitian lapangan

Mengumpulkan data dengan cara melakukan survey lapangan yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Jenis penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data primer dengan cara :

a. Observasi

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

b. Wawancanra

Digunakan sebagai Teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan fenomena atau masalah yang harus diteliti dan bila ingin mengetahui hal-hal mendalam yang bias didapat dari responden yang sedikit (Sugiyono 2016:137), wawancara dilakukan melalui Tanya jawab dengan Mahasiswa FEB Unpas pengguna JD.ID

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono 2016 : 142). Kuesioner akan diberikan kepada mahasiswa fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan, hal ini dilakukan untuk mengetahui informasi mengenai persepsi mahasiswa yang berhubungan dengan masalah diteliti. Bentuk kuesioner yang dibuat yaitu kuesioner dengan penggunaan skala *semantic differential*, dimana materi pertanyaan menyangkut pendapat mengenai pengaruh harga dan kualitas produk dan implikasinya pada kepuasan konsumen.

2. Penelitian kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data dan informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti diantaranya yaitu :

a. Jurnal penelitian

   Data sekunder dapat diperoleh dari jurnal penelitian yaitu dengan melakukan penelaahan terhadap hasil penelitian yang dilakukan secara ilmiah

b. Internet

   Internet berfungsi untuk mencari data-data yang berhubungan dengan hal penelitian yang dipublikasikan di internet baik yang berbentuk jurnal, makalah ataupun karya tulis

c. Buku

Data sekunder dapat diperoleh dari buku yang berhubungan dengan masalah yang diteliti yang akan digunakan sesuai dengan kebutuhan peneliti.

3.5 Metode Anilisis dan Uji Hipotesis

Metode analisis dan uji hipotesis menguraikan metode-metode analisis yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian. Skala ordinal digunakan untuk mengukur sikap, pendapat responden tentang fenomena sosial. Dalam skalaordinal, variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indicator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen dimana alternatifnya berupa pertanyaan. Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala ordinal mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negative, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pertanyaan alternatif. Seperti pada tabel yang disajikan sebagai berikut:

Tabel 3.3
Alternatif jawaban dengan skala ordinal

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2017:137)

3.5.1 Uji Instrumen

Instrumen penelitian adalah alat untuk mengukur nilai variabel yang diteliti guna memperoleh data pendukung dalam melakukan suatu penelitian. jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian tergantung pada jumlah variabel yang akan diteliti. Keabsahan suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh alatukur

yang digunakan, untuk menguji keabsahan tersebut diperlukan dua macam pengujian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk menunjukkan sejauhmana relevansi pernyataan. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana tingkat konsistensi pengkuruan darisatu responden ke rensponden yanglain.

3.5.1.1 Uji Validitas

Validitas merupakan 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 (Sugiyono, 2017:269).

Untuk mencari nilai koefisien validitas, maka peneliti menggunakan rumus *pearson product moment* sebagai berikut :

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

Keterangan :

r = Koefisien validitas item yangdicari

x = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item

y = Skor totalinstrument

n = Jumlah responden dalam ujiinstrument

$\sum$x =Jumlah hasil pengamatan variableX

$\sum$y =Jumlah hasil pengamatan variableY

$\sum$xy=Jumlah dari hasil kali pengamatan variable Xdan variableY

$\sum$x²=Jumlah kuadrat padamasing-masing skor X

$\sum$y² = Jumlah kuadrat pada masing-masing

skor Y Dasar mengambil keputusan :

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

c. Jika r hitung < r tabel, maka instrument atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

Meneurut 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 menunjukan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya (dapat diandalkan) atau dengan kata lain menunjukan 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 watu tertentu (Sugiyono, 2016:73). 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 dilanjutak dengan pengujian rumus *spearmanbrown*, dengan cara kerjanya adalah sebagai berikutini:

1. Item dibagi dua secara acak, dikelompokan dalam kelompok I danII.
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:

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

Dimana :

r = Koefisien korelasi *product moment*

A = Variabel nomorganjil

B = Variabel nomorgenap

$\sum$A =Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum$B =Jumlah total skor belahan genap

$\sum$A² =Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

$\sum$B² =Jumlah kuadran total skor belahan genap

$\sum$AB =Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi *Spearman Brown* sebgaai berikut :

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

Dimana :

r = Koefisien Korelasi

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

Setalah mendapatkan nilai reliabilitas instrument (rb hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Berikut keputusannya

a. Bila hitung r > dari r tabel, maka instrumen tersebut dikatakan reliabel.

b. Bila r hitung < dari r tabel, maka ibstrumen 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 tidak nya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,7, maka secara keseluruhan pernyataan dikataan reliabel.

3.5.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri dan variabel penelitian. Dalam penelitian, peneliti menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen dan dependen nya yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Untuk mendeskripsikan data dari setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor)

variabel penelitian masuk kedalarn kategori: sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Untuk lebih jelas berikut caa perhitungannya :

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

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:

$$JI\ (Nilai\ jenjang\ Interval = \frac{Nilai\ tertinggi - Nilai\ terendah}{Jumlah\ \ kriteria\ pertanyaan}$$

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

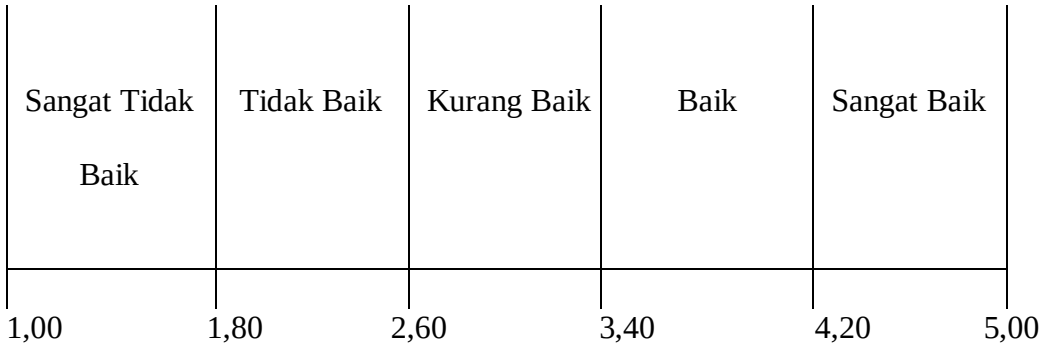
e. Jika memiliki kesesuaian 4,21 – 5,00 : Sangat baik

Table 3.4
Kategori Skala

Skala	Kategori	Kualitas Produk	Harga	Kepuasan Konsumen

1,00 – 1,80	Sangat tidak Setuju	Sangat tidak Berkualitas	Sangat Tidak Terjangkau	Sangat Tidak Puas
1,81 – 2,60	Tidak Setuju	Tidak Berkualitas	Tidak Terjangkau	Tidak Puas
2,61 – 3,40	Kurang Setuju	Kurang Berkualitas	Kurang Terjangkau	Kurang Puas
3,41 – 4,20	Setuju	Berkualitas	Terjangkau	Puas
4,21 – 5,00	Sangat Setuju	Sangat Berkualitas	Sangat Terjangkau	Sangat Puas

Sumber: Sugiyono (2017 : 134)



Gambar 3.1

Gambar kontinum

3.5.3 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif adalah suatu penelitian yang ditunjukan untuk menguji dan penelitian akan coba menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Menurut Sugiyono (2017:54). Dalam menggunakan analsis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode seperti berikut ini :

3.5.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji apakah variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel

dependen baik secara simultan maupun parsial. (variabel independen/X) atau lebih yang terdiri dari X_1 kualitas produkdan X_2 Harga, dengan variabel terikat (variabel dependen/Y) yaitu kepuasan konsumen. Berikut ini persamaan regresi linier berganda :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y	= Variabel terkait (kepuasan konsumen)
a	= Bilangan Konstanta
b_1 dan b_2	= Koefisien regresi kualitas produk dan harga
X_1	= Variabel bebas (Kualitas produk)
X_2	= Variable bebas (Harga)
e	= standar Eror atau faktor gangguan lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen selain harga dan kualitas produk.

3.5.3.2 Analisis Korelasi Berganda

Uji ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana derajat kekuatan hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini bertujuan untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain yakni variabel X terhadap variabel Y. Rumus untuk mencari koefisien korelasi product moment adalah sebagai berikut :

$$\mathrm{r} = \frac{JK_{(re9)}}{\sum y^2}$$

Dimana :

r = Koefesien korelasiberganda

JK(re9) = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk

deviasi ΣY2 = Jumlah kuadrat total korelasi

apabila r = 1, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1, X_2 dan variabel

Y apabila r = -1, artinya terdapat hubungan antar variabel negatif

apabila r = 0, artinya tidak terdapat hubungan korelasi

Pengaruh kuat atau tidak nya antar varia belma kadapat dilihat pada table 3.5 dibawah ini :

Tabel 3.5

Taksiran Besarnya Koefesien Korelasi

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

Sumber : Sugiyono (2017:184)

3.5.4 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis akan ditolak jika salah, dan akan diterima jika benar. Penolakan dan penerimaan hipotesis sangat bergantung pada hasil penyelidikan terhadap fakta yang sudah dikumpulkan. Uji hipotesis antara variabel X_1 (Kualitas Produk), X_2 (Harga), dan Y (Kepuasan Konsumen).

3.5.4.1 Uji Hipotesis simultan (uji F)

Uji F untuk mengetahui apakah semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependennya, maka dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji statistik F. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variable bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut:

Ho:β_1 β_2 = 0,tidak terdapat pengaruh komunikasi pemasaran dan pengalaman pemasaran terhadap keputusan pembelian.

H_1:β_1 $\beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh komunikasi pemasaran dan pengalaman pemasaran terhadap keputusan pembelian.

Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk dìketahui tentang diterima atau ditolaknya hipotesis. Untuk melakukan pengujian uji signifikan koefisien berganda digunakan rumus sebagai berikut :

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

Dimana :

r^2 = Kuadrat koefisien korelasiganda

K = Banyaknya variabelbebas

n = Jumlah anggotasampel

Maka akan diperoleh distribusi F dengan pembilang (K) dan penyebut (n-k-1) dengan ketentuan sebagai berikut :

Tolak Ho jika F hitung >Ftabel – H_1 diterima (signifikan) Terima

Ho jika F hitung <Ftabel – H_1 ditolak (tidak signifikan)

3.5.4.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Hipotesis parsial digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Hipotesis parsial dijelaskan ke dalam bentuk statistik sebagai berikut:

3.5.4.2.1 Ho: $\beta_1 = 0$, tidak terdapat pengaruh komunikasi pemasaran terhadap keputusan pembelian

4 H_1: $\beta_1 \neq 0$, terdapat pengaruh Pengalaman pemasaran terhadap keputusan pembelian.

5 Ho: $\beta_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh komunikasi pemasaran terhadap keputusan pembelian

6 H_1: $\beta_2 \neq 0$, terdapat pengaruh pengalaman pemasaran terhadap Keputusan pembelian Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus Uji t dengan signifikansi 10% atau dengan tingkat keyakinan 90% dengan rumus berikut :

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

Dimana :

n = Jumlah sampel

rp = nilai korelasi parsial

Selanjutnya hasil hipotesis t hitung dibandingkan t tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

Terima Ho Jika t hitung <t tabel – H_1 ditolak (tidak signifikan)

Tolak Ho Jika t hitung >t tabel – H_1 diterima (signifikan)

3.5.4.3 Koefisien Determinasi

Koefesien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya kontribusi (pengaruh) variabel Kualitas produk (X_1) dan variabel Harga (X_2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Langkah perhitungan analisis koefesien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefesien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefesien determinasi parsial, rumus sebagai berikut:

a. Analisis Koefesien DeterminasiBerganda

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variabel kualitas produk (X_1) dan variabel harga (X_2) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu :

$$\boldsymbol{Kd = r^2 . 100\%}$$

Dimana :

Kd = Nilai Koefisien Determinasi

r^2 = koefisien korelasi product moment

100% = pengali yang menatakan dalam prsentase

b. Analisis koefisien determinasi parsial

Analisis koefesien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui seberapabesar persentase variabel komunikasi pemasaran (X_1) dan variabel pengalaman pemasaran (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) secara parsial :

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

Dimana :

β = Beta (nilai standarlized coefficients)

Zero Order = Matrik Kolerasi variabel bebas dengan variabel terikat dimana

Apabila :

Kd = 0, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, lemah

Kd = 1 , berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat

3.6 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalisasikan kedalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang membawa responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang telah disediakan. Responden tinggal memilih pernyataan yang sudah disediakan peneliti seperti adanya tedapat pilihan sangat setuju, setuju, ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Responden tinggal memilih kolom yang tersedia dari pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti menyangkut variabel variabel yang sedang diteliti.

3.7 Lokasi dan waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di sekitar wilayah kampus Universitas Pasundan Bandung yang beralamat di Jl.Tamansari No. 6-8 Bandung 40116

dikarenakan responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan. oleh karena itu penulis ingin mengetahui bagaimana perilaku mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung ini dalam melakukan kegiatan transaksi *e-commerce*. Penelitian ini dilaksanakan pada rentan waktu bulan januari sampai februari .