

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan**

Metode penelitian merupakan salah satu cara yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian juga merupakan prosedur yang sistematis dan terorganisasi untuk menyelidiki suatu masalah tertentu dengan maksud mendapatkan informasi untuk digunakan sebagai solusi atau jawaban atas masalah yang sedang diteliti. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan, menggambarkan, menyimpulkan hasil pemecahan dari suatu masalah melalui cara tertentu sesuai dengan prosedur penelitiannya.

Menurut Sugiyono (2017:2) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Data yang diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi suatu masalah. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:8) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang memandang realitas/gejala/fenomena itu dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat. Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sedangkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian dan untuk membuktikan apakah hipotesis

penelitian yang diajukan diterima atau ditolak, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2017:7) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivism*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2017:59) yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Metode penelitian deskriptif yang digunakan pada penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah nomor satu, dua, tiga, empat sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai *shopping experience* di *e-commerce* Lazada.co.id.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga di *e-commerce* Lazada.co.id.
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan elektronik Lazada.co.id.
4. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai *repurchase intention* di *e-commerce* Lazada.co.id.

Penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2017:60) adalah suatu penelitian yang digunakan 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 verifikatif yang digunakan pada penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah nomor lima sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh *shopping experience*, harga dan kualitas pelayanan elektronik terhadap *repurchase intention* konsumen Lazada.co.id.

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

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 *shopping experience* (X1), harga (X2), kualitas pelayanan elektronik (X3), dan *repurchase intention* (Y).

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

Istilah variabel dapat diartikan bermacam-macam. Dalam penelitian ini variabel diartikan sebagai segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian. Menurut Sugiyono (2017:38) variabel penelitian pada dasarnya segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel penelitian tersebut berupa variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Sugiyono (2017:39) yang dimaksud dengan variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu *shopping experience* (X1), Harga (X2) dan Kualitas Pelayanan Elektronik (X3). Sedangkan

variabel terikat menurut Sugiyono (2017:39) yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dalam penelitian ini yaitu *Repurchase Intention* (Y) berikut adalah definisi variabel penelitian :

- a. *Shopping Experience* (X1) Pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan pada saat melakukan transaksi pembelian secara online berpengaruh positif pada niat mencari informasi dan niat membeli secara online di masa depan. (Menurut Kim et al. dalam jurnal Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan 2016)
- b. Harga (X2) adalah harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. (Fandy Tjiptono 2016:218).
- c. Kualitas Pelayanan Elektronik (X3) Kualitas pelayanan *online* menjelaskan bahwa kualitas pelayanan atau *Service Quality* adalah seberapa jauh sebuah *website* memfasilitasi pembelanjaan yang efektif dan efisien, pembelian, dan penyampaian produk atau jasa (Fandy Tjiptono dan Grerious Chandra 2016 :121).
- d. *Repurchase Intention* (Y) adalah minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu. minat beli ulang yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi dari konsumen. (Ali hasan 2018:131).

### **3.2.2 Operasionalisasi Variabel**

Operasionalisasi variabel merupakan indikator-indikator yang digunakan dalam penyusunan penelitian. Operasionalisasi variabel dibuat agar variabel-

variabel penelitian dapat diukur, operasionalisasi variabel menjadi dasar bagi peneliti dalam menyusun instrumen penelitian (kuesioner) terutama pada penelitian yang jenis data utamanya adalah data primer, operasionalisasi variabel meliputi penjelasan mengenai nama variabel, definisi variabel, indikator, ukuran dan skala pengukuran. Berikut penulis sajikan operasionalisasi variabel yang digunakan dalam penelitian pada Tabel 3.1 sebagai berikut :

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

Variabel dan Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<p><i>Shopping Experience</i> (X1)</p> <p>Pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan pada saat melakukan transaksi pembelian secara online berpengaruh positif pada niat mencari informasi dan niat membeli secara online di masa depan. (Menurut Kim et al. dalam jurnal Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan 2016)</p>	<i>Sense</i> (panca indra)	Keinginan untuk membeli produk	Konsumen Lazada.co.id mendapatkan pengalaman yang menarik	Ordinal	1
	<i>Feel</i> (perasaan)	Interaksi yang berkembang sepanjang waktu	Konsumen merasa puas atas layanan yang di berikan oleh Lazada.co.id	Ordinal	2
	<i>Think</i> (berfikir)	Value yang diterima	Mendapat nilai tambah ( <i>prestige</i> ) dengan berbelanja di Lazada.co.id	Ordinal	3
	<i>Act</i> (tindakan)	Mendapat kesan yang baik	Konsumen merasa puas atas solusi untuk kendala di Lazada.co.id	Ordinal	4

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel dan Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
	<i>Relate</i> (hubungan)	Menghubungkan dengan lingkungan perusahaan	Konsumen terlibat dalam pengambilan keputusan jika terjadi masalah	Ordinal	5
<b>Harga (X2)</b>  Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. (Fandi Tjiptono 2016:218).	Keterjangkauan harga	Kemampuan beli konsumen	Kemampuan konsumen dengan keterjangkauan harga <i>E-commerce Lazada</i>	Ordinal	6
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga sesuai dengan hasil yang diinginkan	Daya saing harga Lazada mampu bersaing dengan pesaing	Ordinal	7
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Manfaat yang diinginkan terpenuhi	Kesesuaian harga dengan manfaat yang diberikan oleh Lazada	Ordinal	8
	Daya saing harga	Membandingkan harga	Kesesuaian harga dengan kualitas yang diberikan Lazada	Ordinal	9
<b>Kualitas Pelayanan Elektronik (X3)</b>  Kualitas pelayanan <i>online</i> menjelaskan bahwa kualitas pelayanan atau <i>Service Quality</i> adalah seberapa jauh sebuah <i>website</i> memfasilitasi	Effisiensi ( <i>effeciency</i> )	Kemudahan dalam mengakses aplikasi	Tingkat kemudahan dalam mengakses aplikasi Lazada	Ordinal	10
	Penyelesaian ( <i>fulfillment</i> )	Ketepatan dalam pengiriman produk sesuai dengan	Tingkat ketepatan pengiriman produk dari Lazada sesuai dengan waktu	Ordinal	11

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel dan Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
pembelanjaan yang efektif dan efisien, pembelian, dan penyampaian produk atau jasa (Fandy tjiptono dan Grerious Chandra 2016 :121)		waktu yang dijanjikan	yang dijanjikan		
	Privasi ( <i>privacy</i> )	keamanan dalam melakukan transaksi jual/beli <i>online</i>	Tingkat keamanan dalam melakukan transaksi <i>E-commerce Lazada</i>	Ordinal	12
	Daya tanggap ( <i>responsiveness</i> )	<i>Customer service</i> memberikan pelayanan dengan tanggap	Tingkat ketanggapan <i>customer service Lazada</i> dalam memberikan pelayanan	Ordinal	13
	Kompensasi ( <i>compentation</i> )	Kemampuan perusahaan dalam pengembalian uang jika terjadi masalah (membatalkan pesanan atau produk tidak sesuai dan lainnya)	Tingkat kemampuan <i>Lazada</i> dalam pengembalian uang jika terjadi masalah	Ordinal	14
	Kontak ( <i>contact</i> )	Ketersediaan <i>customer service</i> dalam memenuhi keinginan pelanggan	Tingkat ketersediaan <i>customer service Lazada</i> dalam memenuhi keinginan pelanggan	Ordinal	15

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel dan Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<i>Repurchase Intention</i> (Y)  Minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu. minat beli ulang yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi dari konsumen. (Ali hasan 2018:131).	Minat transaksional	Keinginan selalu untuk menggunakan jasa	Tingkat keinginan konsumen untuk selalu menggunakan jasa Lazada	Ordinal	16
	Minat eksploratif	Kesediaan untuk merekomendasikan ke orang lain	Tingkat kesediaan untuk merekomendasikan pada orang lain	Ordinal	17
	Minat preferensial	Menjadikan jasa yang digunakan pilihan utama	Tingkat menjadikan Lazada menjadi pilihan utama	Ordinal	18
	Minat refensial	Keinginan mencari informasi mengenai jasa	Tingkat keinginan untuk mencari informasi mengenai Lazada	Ordinal	19

Sumber data : oleh peneliti 2020

### 3.3 Populasi dan Sampel

Objek dan subjek yang diteliti dalam suatu penelitian diperlukan agar masalah penelitian dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dan dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Untuk mempermudah pengolahan data maka peneliti akan mengambil bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel, dan sampel penelitian diperoleh dari teknik sampling tertentu.



### 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 (Sugiyono, 2017:80). Fokus penelitian ini berlokasi di pemungkiman warga Nyengseret kecamatan Bojongloa Kidul kelurahan Situsaer kota Bandung dimana populasi pada penelitian ini adalah pengguna jasa Lazada disana, dapat dilihat pada Tabel 3.2 :

**Tabel 3.2**  
**Jumlah Warga Nyengseret**

<b>RW</b>	<b>Laki-Laki</b>	<b>Perempuan</b>	<b>Jumlah</b>
<b>01</b>	139	142	281
<b>02</b>	57	73	130
<b>03</b>	107	102	209
<b>04</b>	81	76	157
<b>05</b>	62	59	121
<b>Jumlah</b>			<b>898</b>

Sumber : Kelurahan Astana anyar

Berdasarkan Tabel 3.2 menjelaskan bahwa jumlah penduduk Nyengseret berjumlah 898 orang. Populasi yang akan diambil dalam penelitian ini adalah jumlah penduduk nyengseret mulai dari RW 01 sampai dengan RW 05 pada tahun 2020.

### 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 (2017:81) 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 di tolelir (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10 %)

Jumlah populasi yaitu sebanyak 898 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 :

$$n = \frac{898}{1 + (898)(0,10)^2}$$

= 89,97 dibulatkan menjadi 90.

Maka dengan melihat hasil di atas, banyak nya sampel yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 90 orang responden dengan tingkat kesalahan 10%. Dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan Teknik sampling non probability sampling. Teknik non probability yang dipilih yaitu accidental sampling. Secara spesifik teknik ini menentukan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara keseluruhan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel, apabila di pandang orang yang kebetulan ini cocok menjadi sumber data (Sugiyono, 2017:218).

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan informasi-informasi yang diperlukan oleh peneliti untuk pembahasan data yang digunakan dalam penelitian. Berikut beberapa teknik sampling diantaranya yaitu :

#### **1. Penelitian Lapangan**

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

- a. Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis (Sugiyono:145). Penulis mengumpulkan data melalui pengamatan secara langsung dengan warga Nyengseret pengguna jasa situs Lazada.co.id.
- b. Wawancara 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 bisa didapat dari responden dengan jumlah responden yang sedikit (Sugiyono,2017:137). Wawancara dilakukan melalui tanya jawab dengan warga Nyengseret pengguna jasa situs Lazada.co.id.

- c. Kuisisioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono,2017:142). Kuisisioner akan diberikan kepada warga Nyengseret pengguna jasa situs Lazada.co.id. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Bentuk kuisisioner yang dibuat adalah kuisisioner berstruktur, dimana materi pertanyaan menyangkut pendapat konsumen mengenai harga, kualitas pelayanan elektronik, dan niat pembelian kembali.

## 2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literature atau 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

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 Analisis dan Uji Hipotesis

Metode analisis dan uji hipotesis menguraikan metode-metode analisis yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat responden tentang fenomena sosial. Dalam skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen dimana alternatifnya berupa pertanyaan. Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala likert 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 Likert**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Bobot Nilai</b>
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 alat ukur 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 pengukuran dari satu responden ke responden yang lain.

#### 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 :

$$r_{xy} = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X \cdot \Sigma Y)}{\sqrt{(n(\Sigma X^2) - (\Sigma X)^2)(n(\Sigma Y^2) - (\Sigma Y)^2)}}$$

Keterangan :

- $r_{xy}$  = Menunjukkan indeks korelasi antara dua variabel yang dikorelasikan  
 $r$  = Koefisien validitas item yang dicari, dua variabel yang dikorelasikan  
 $X$  = Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item  
 $Y$  = Skor total yang diperoleh dari seluruh item  
 $\Sigma X$  = Jumlah skor dalam distribusi X  
 $\Sigma Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y  
 $\Sigma X^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X  
 $\Sigma Y^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y  
 $N$  = Banyaknya responden

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)

Meneurut Sugiyono (2017:179) 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, 2017:73). 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 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 :

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

Dimana:

$r_b$  = Koefesien korelasi *product moment*

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

$\sum A$  = Jumlah total skor belahan ganjil



$\Sigma B$  = Jumlah total skor belahan genap

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

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

$\Sigma AB$  = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

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

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

Dimana :

$r$  = Koefisien korelasi

$r_b$  = 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. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,7 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan 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 dependennya 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 kedalam kategori: sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Untuk lebih jelas berikut cara perhitungannya:

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

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

$$\text{JI (nilai jenjang interval)} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah kriteria pertanyaan}}$$

Dimana :

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Rentang skor =  $5 - 1 = 4$

Maka dapat kita tentukan kategori skala sebagai berikut:

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

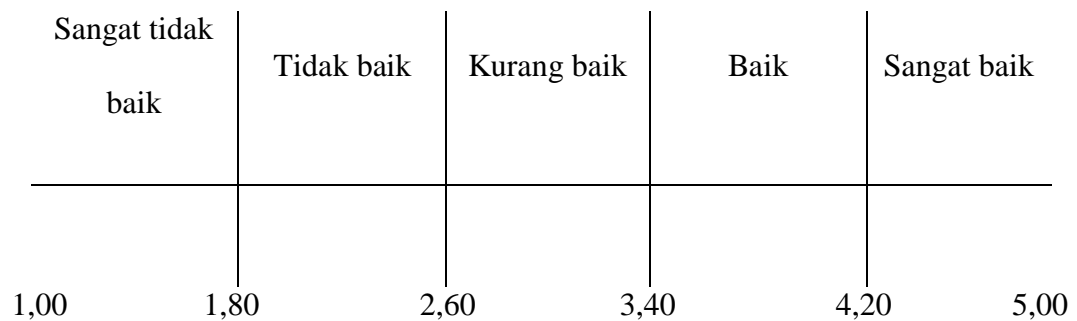
b. Jika memiliki kesesuaian 1,81 – 2,60: Tidak baik

- 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

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

Kategori	Skala
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Kurang Setuju
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Sugiono (2017:134)



**Gambar 3.1**  
**Garis Kontinun**

### 3.5.3 Analisis Verivikatif

Analisis verifikatif 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. Menurut Sugiyono (2017:54). Dalam menggunakan analisis 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 X1 *shopping experience*, X2 harga dan X3 Kualitas pelayanan elektronik, dengan variabel terikat (variabel dependen/Y) yaitu *repurchase intention*. Berikut ini persamaan regresi linier berganda :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana :

Y = Variabel terikat (*Repurchase Intention*)

A = Bilangan konstanta

$b_1$ ,  $b_2$  dan  $b_3$  = Koefisien regresi *shopping experience*, harga dan kualitas pelayanan elektronik

$X_1$  = Variabel bebas (*Shopping Experience*)

$X_2$  = Variabel bebas (Harga)

$X_3$  = Variabel bebas (Kualitas Pelayanan Elektronik)

e = Standar Error atau faktor gangguan lain yang mempengaruhi *repurchase intention* selain *shopping experience*, harga dan kualitas pelayanan elektronik.

### 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 :

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

Dimana:

$r$  = Koefisien korelasi berganda

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

$\sum Y^2$  = 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 tidaknya antar variabel maka dapat dilihat pada Tabel

3.5 dibawah ini :

**Tabel 3.5**  
**Taksiran Bersarnya 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 (2017:184)

#### 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 X1 (*shopping experience*), X2 (Harga), X3 (Kualitas Pelayanan Elektronik), dan Y (*Repurchase Intention*).

#### 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 variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut :

$H_0: \beta_1 \beta_2 \beta_3 = 0$ , tidak terdapat pengaruh *shopping experience*, harga dan kualitas pelayanan elektronik terhadap *repurchase intention*.

$H_1 : \beta_1 \beta_2 \beta_3 \neq 0$ , Terdapat pengaruh *shopping experience*, harga dan kualitas pelayanan elektronik terhadap *repurchase intention*.

Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk diketahui 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 korelasi ganda

K = Banyaknya variabel bebas

$n$  = Jumlah anggota sampel

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

Tolak  $H_0$  jika  $F_{hitung} > F_{tabel} - H_1$  diterima (signifikan)

Terima  $H_0$  jika  $F_{hitung} < F_{tabel} - H_1$  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:

1.  $H_0 : \beta_1 = 0$ , tidak terdapat pengaruh *shooping experience* terhadap *repurchase intention*
2.  $H_1 : \beta_1 \neq 0$ , terdapat pengaruh *shooping experience* terhadap *repurchase intention*
3.  $H_0 : \beta_2 = 0$ , tidak terdapat pengaruh harga terhadap *repurchase intention*
4.  $H_1 : \beta_2 \neq 0$ , terdapat pengaruh harga terhadap *repurchase intention*
5.  $H_0 : \beta_3 = 0$ , tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan elektronik terhadap *repurchase intention*
6.  $H_1 : \beta_3 \neq 0$ , terdapat pengaruh kualitas pelayanan elektronik terhadap *repurchase intention*

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus Uji t dengan signifikansi 10% atau dengan tingkat keyakinan 90% dengan rumus :

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

Dimana :

t = nilai t hitung

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<sub>1</sub>

ditolak (tidak signifikan) Tolak Ho Jika t hitung > t tabel – H<sub>1</sub> diterima (signifikan)

### 3.5.4.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya kontribusi (pengaruh) variabel *shopping experience* (X1), harga (X2) dan variabel kualitas pelayanan elektronik (X3) terhadap variabel *repurchase intention* (Y). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, rumus sebagai berikut:

#### 1. Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variabel *shopping experience* (X1), harga (X2) dan variabel kualitas pelayanan elektronik (X3) terhadap *repurchase intention* (Y) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu:



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

Dimana :

Kd = nilai koefisien determinasi

$r^2$  = koefisien korelasi *product moment*

100% = pengali yang menyatakan dalam presentase

## 2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel *shopping experience* (X1), harga (X2) dan variabel kualitas pelayanan elektronik (X3) terhadap *repurchase intention* (Y) secara parsial :

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

Dimana :

$\beta$  = Beta (nilai standarized 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 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian untuk penulisan skripsi ini dilakukan oleh penulis kepada warga Nyengseret kecamatan Bojongloa Kidul kelurahan Situsaer kota Bandung yang berlangsung pada bulan November 2019 – Januari 2020.

### 3.7 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 penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel *shopping experience*, harga, kualitas pelayanan elektronik, dan *repurchase intention* 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 terdapat 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.