

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode adalah salah satu cara yang digunakan untuk memecahkan masalah dan mencapai tujuan, sehingga dapat menyimpulkan hasil pemecahan yang akan mempengaruhi hasil penelitian. Menurut Sugiono (2017:2) yang dimaksud metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan penelitian analisis deskriptif dan analisis verifikatif, karena adanya variabel-variabel yang akan ditelaah hubungannya serta tujuannya untuk menyajikan gambaran secara terstruktur, faktual, mengenai fakta-fakta hubungannya antar variabel yang diteliti.

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

Menurut Sugiyono (2017:58), penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai mandiri, baik satu variabel atau lebih (independent) tanpa membuat perbandingan atau hubungan dengan variabel lain. Melalui penelitian deskriptif dapat digunakan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji:

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

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

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

3.2 Definisi Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel dan operasionalisasi variabel penelitian merupakan variabel variabel yang harus didefinisikan dengan jelas agar tidak terjadi pengertian berarti ganda. Definisi variabel juga menjadi batasan sejauh mana variabel penelitian dapat dipahami oleh peneliti. Dengan variabel inilah penelitian bisa diolah sehingga dapat diketahui cara pemecahan masalahnya.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian terdiri dari variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent). Menurut Sugiyono (2017:38) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut Sugiyono (2017:39) variabel independent atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab pertumbuhan atau timbulnya variabel dependen. Sedangkan menurut Sugiyono (2017:39) Variabel dependent atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, yang disimbolkan dengan simbol Y.

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

- a. Kualitas pelayanan (X1) Kualitas pelayanan merupakan bahwa pelayanan suatu tindakan yang berhubungan langsung dengan pelanggan yang menawarkan barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan menurut Lopiyoadi (2013:197), Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2012:131) dan Fandy Tjiptono (2012:157).
- b. Harga (X2) Berdasarkan pengertian Harga menurut Kotler dan Armstrong yang dialih bahasakan oleh Kotler dan Armstrong (2014:313), Mursid (2014:83-84) dan Daryanto (2013:74) Harga adalah jumlah atau nilai yang harus dibayarkan pelanggan untuk mendapat, memiliki, dan merasakan manfaat dari produk dengan uang sebagai alat tukar yang digunakan.
- c. Kepuasan Pelanggan (Y) Kepuasan Pelanggan merupakan perasaan yang dirasakan setelah membandingkan antara kinerja atau hasil dengan harapan menurut Kotler dan Keller yang dikutip oleh Bob Sabran (2012:177), kiverz dan

Samoson dalam Sangadji dan Sopiah (2013:181) dan Fandy Tjiptono (2012:146).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

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

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

No	Konsep variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No item
1.	Kualitas Pelayanan (X1) Kualitas pelayanan merupakan suatu tindakan pelayanan yang berhubungan langsung dengan pelanggan yang menawarkan barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.	1.Tangible (bukti fisik)	a. Tampilan halaman website dan aplikasi	Tingkat tampilan halaman website dan aplikasi	Ordinal	1
			b. Website tidak pernah mengalami gangguan jaringan	Tingkat gangguan jaringan pada website	Ordinal	2
			c. Kemudahan mengakses halaman website dan aplikasi	Tingkat kemudahan mengakses halaman website dan aplikasi	Ordinal	3
	Modifikasi dari Tiga Sumber Yaitu Kotler dalam Fandy Tjiptono (2016:284), Fandy Tjiptono (2016:284) dan Tatik Suryani (2013:254)	2. Emphaty (empati)	d. Kemudahan menghubungi pihak shopee	Tingkat kemudahan menghubungi pihak shopee	Ordinal	4
			e. Memberikan perhatian atau ketepatan dalam menanggapi permintaan dan	Tingkat ketepatan menanggapi permintaan dan keluhan dari pelanggan	Ordinal	5

No	Konsep variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No item
			keluhan dari pelanggan			
		3. Reliability (keandalan)	f. ketersediaan CS melayani melalui via chat, telephone dan email.	Tingkat ketersediaan room chatting, nomor dan alamat email yang dapat di hubungi	Ordinal	6
			g. Kemudahan menghubungi CS	Tingkat kemudahan menghubungi CS Shopee	Ordinal	7
		4. Responsiveness (daya tanggap)	h. Ketepatan perusahaan dalam melayani pelanggan	Tingkat ketepatan dalam melayani pelanggan	Ordinal	8
			i. Kecepatan perusahaan dalam menanggapi keluhan	Tingkat kecepatan dalam menanggapi keluhan	Ordinal	9
		5. Assurance (jaminan)	j. Jaminan ketepatan waktu pengiriman barang	Tingkat jaminan ketepatan waktu pengiriman barang	Ordinal	10
			k. jaminan pengembalian barang salah atau rusak	Tingkat jaminan pengembalian barang salah atau rusak	Ordinal	11
			l. Jaminan keamanan pengiriman barang	Tingkat jaminan keamanan pengiriman barang	Ordinal	12
		6. Personalisasi	m. perlindungan terhadap keamanan dalam proses transaksi	Tingkat perlindungan atas keamanan bertransaksi	Ordinal	13
			n. perlindungan jaminan keamanan data	Tingkat perlindungan kerahasiaan data transaksi	Ordinal	14
1.	Harga (X2)	1. Keterjangkauan Harga	Keterjangkauan harga	Tingkat keterjangkauan harga	Ordinal	15

No	Konsep variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No item
	<p>Harga adalah jumlah yang harus disiapkan oleh pelanggan yang ingin mendapatkan barang atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar pelanggan atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.</p> <p>Modifikasi dari Tiga Sumber Yaitu Kotler dan Armstrong (2014:313), Mursid (2014:83-84) dan Daryanto (2013:74).</p>	2.Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas produk	Ordinal	16
		3.Kesesuaian harga dengan manfaat	Kesesuaian harga dengan manfaat	Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat	Ordinal	17
		4.Daya saing harga	Daya saing harga	Tingkat daya saing harga	Ordinal	18
3.	<p>Kepuasan Pelanggan (Y)</p> <p>Kepuasan Pelanggan adalah ialah perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan harapan.</p> <p>Modifikasi dari Tiga Sumber Yaitu Kotler dan Keller (2016:155), Ali Hasan (2014:181) dan Fandy Tjiptono (2014:368).</p>	1. Kinerja	Kepuasan terhadap kualitas pelayanan	Tingkat kepuasan terhadap kualitas pelayanan	Ordinal	19
			Kepuasan terhadap harga	Tingkat kepuasan terhadap harga	Ordinal	20
			Kepuasan atas kemudahan mengakses halaman website dan aplikasi	Tingkat Kepuasan atas kemudahan mengakses halaman website dan aplikasi	Ordinal	21
			Kepuasan atas jaminan ketepatan pengiriman barang	Tingkat kepuasan atas jaminan ketepatan pengiriman barang	Ordinal	22
			Kepuasan atas jaminan keamanan pengiriman barang	Tingkat kepuasan atas jaminan keamanan pengiriman barang	Ordinal	23

No	Konsep variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No item
		2.Harapan	Kesesuaian kualitas pelayanan	Tingkat kesesuaian kualitas pelayanan	Ordinal	24
			Kesesuaian harga	Tingkat kesesuaian harga	Ordinal	25

Sumber: diolah oleh penulis

3.3 Populasi dan Sempel penelitian

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

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80), mendefinisikan populasi adalah Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjektif yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini yang akan menjadi populasi adalah mahasiswa/i aktif Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung pada tahun 2017-2020. Berikut adalah data populasinya:

Tabel 3. 2
Jumlah Mahasiswa/i Aktif Prodi Manajemen Tahun 2017-2020

No	Program studi	Jumlah
1.	Manajemen Angkatan 2017	295
2.	Manajemen Angkatan 2018	349
3.	Manajemen Angkatan 2019	412
4.	Manajemen Angkatan 2020	330
Jumlah		1.386

Sumber: SBAP Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung

3.3.2 Sampel penelitian

Menurut Sugiyono (2017:81) mendefinisikan sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Populasi memiliki jumlah yang besar sehingga penulis menggunakan sampel dari populasi tersebut. Sampel yang diambil harus betul-betul dapat mewakili populasi pelanggan yang pernah berbelanja situs jual beli online Shopee. Kriteria utama pembelian, sampel didalam penelitian ini adalah pengguna situs Shopee pada Mahasiswa/i Aktif Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung yang telah melakukan pembelian secara online di Shopee lebih dari satu kali.

Jumlah anggota sampel yang tepat digunakan dalam penelitian tergantung pada tingkat kesalahan yang diinginkan. Semakin besar tingkat kesalahan, maka semakin kecil jumlah sampel yang digunakan dan sebaliknya semakin kecil tingkat kesalahan maka semakin besar jumlah sampel yang digunakan. Sampel tersebut diambil dari populasi dengan menggunakan persentase tingkat kesalahan yang

dapat ditolelir sebesar 10%. Penentu ukuran sampel responden menggunakan rumus slovin yang tunjukan sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

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

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

$$\begin{aligned} \text{Rumus: } n &= \frac{1.386}{1+1.386(0,1)^2} \\ &= 99,92 \text{ (100 orang dibulatkan)} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka diperoleh ukuran sampel (n) dalam penelitian ini sebanyak 100 orang pelanggan Shopee yang akan dijadikan sebagai ukuran sampel penelitian.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *proportional random sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dimana semua anggota mempunyai kesempatan yang sama untuk di jadikan sampel sesuai dengan proporsinya, banyak atau sedikit populasi (Sani dan Mashuri, 2010). Pada

teknik ini juga untuk menentukan proporsi setiap angkatan manajemen dan agar sampel yang di ambil dapat dikatakan representatif maka dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin yang sudah di uraikan di atas.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

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

Terdapat dua teknik pengumpulan data, yaitu studi kepustakaan dan penelitian lapangan yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini, berikut penjelasan mengenai teknik pengumpulan data tersebut sebagai berikut:

1. Studi Kepustakaan

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

- a. Buku, yaitu data yang diperoleh literatur keperpustakaan, portal berita, majalah dan sumber lain yang dianggap relevan dengan topik yang dibutuhkan dalam penelitian.
- b. Jurnal, yaitu data pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang membahas berbagai macam ilmu pendidikan serta penelitian yang dianggap relevan dengan topik penelitian.

- c. Internet, yaitu dengan cara mencari informasi-informasi yang berhubungan dengan topik penelitian yang diaplikasikan di internet baik yang berbentuk jurnal, makalah ataupun karya ilmiah.

2. Penelitian Lapangan

Pada teknik berikut ini yaitu pencarian data yang dilakukan secara langsung dari responden yaitu:

- a. Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab atau komunikasi melalui chatting via online atau secara tidak langsung pada pihak pelanggan shopee pada Mahasiswa/I Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung dan pihak perusahaan Shopee.
- b. Kuesioner, Pada kuesioner penelitian ini terdapat daftar pernyataan-pernyataan dengan menyediakan alternatif jawaban atau kriteria penilaian yang berbeda-beda pada setiap variabel mengenai kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada situs jual beli online Shopee.

3.5 Uji Instrument

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

mana pernyataan dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan tersebut.

Keberhasilan suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan, dalam penelitian ini peneliti menggunakan alat pengukuran yaitu kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara pemberian pernyataan-pernyataan kepada responden untuk membantu penulis melakukan penelitian.

3.5.1 Uji Validitas

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

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

Keterangan:

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- x = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
- y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item
- n = Jumlah responden dalam uji instrumen
- $\sum x$ = Jumlah skor dalam distribusi
- $\sum y$ = Jumlah skor dalam distribusi

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

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

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

Dalam penelitian ini penulis menggunakan media komputerisasi dengan menggunakan SPSS versi 16, dimana dasar pengambilan keputusan sama seperti keterangan sebelumnya.

3.5.2 Uji Realibilitas

Setelah dilakukan uji validitas, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. (Sugiyono: 2017:121). Cara menguji reliabilitas yaitu menggunakan *cronbach alpha* bisa dilihat dari nilai *Alpha*, jika nilai *Alpha* > dari nilai r_{tabel} yaitu 0,7 maka dikatakan reliabel. Hasil pengujian reliabilitas instrument penelitian di tunjukan sebagai berikut.

3.6 Metode Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif metode analisis data merupakan kegiatan setelah semua data responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden (Sugiyono, 2017:147).

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

Untuk mencari tahu mengenai penelitian, digunakan beberapa pernyataan yang dibuat untuk memudahkan dalam memperoleh data atau keterangan dari responden pada aplikasi Shopee. Kemudian data yang diolah dari hasil pengumpulan kuesioner diberi bobot dalam setiap alternatif jawaban. Pengolahan data dari hasil angket digunakan dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial menurut Sugiyono (2017:93).

Dengan skala likert maka variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan. Dimana dengan skala ini akan memberikan kemudahan untuk penulis dalam mengolah data. Adapun alternatif jawaban dengan menggunakan skala likert, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pernyataan.

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

Tabel 3. 3
Alternatif Jawaban Dengan Skala likert

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

Sumber: Sugiyono (2017:94)

Berdasarkan pada tabel 3.3 di atas menunjukkan bahwa alternatif jawaban dapat di lihat alternative jawaban dan bobot nilai pada setiap item-item intrumen

pada kuesioner, untuk instrument pada pertanyaan dalam kuesioner yaitu skor 5 hingga 1.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (sugiyono 2017:147). Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain.

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

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

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

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

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

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

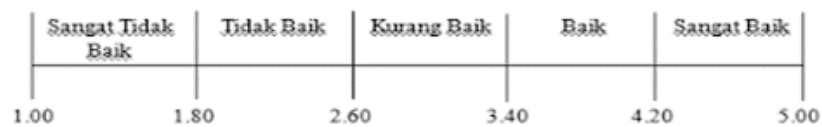
Dengan mengukur statistik, metode deskriptif dapat dilihat dengan menggunakan perhitungan mean, modus ataupun frekuensi. Berdasarkan perhitungan lebar skala diatas yaitu sebesar 0,8 dengan demikian kategori skala dapat ditemukan sebagai berikut:

Tabel 3. 4
Kategori Skala

Rentang Skala	Kriteria
5,00 - 4,20	Sangat puas/ Sangat Baik/ Sangat Tinggi
4,19 - 3,39	Puas/ Baik/ Tinggi
3,38 - 2,58	Kurang Puas/ kurang Baik / Sedang
2,57 - 1,77	Kurang Puas/ Kurang / Rendah
1,76 - 0,96	Tidak Puas/ Sangat Kurang/ Sangat Rendah

Sumber: Sugiyono (2017:95)

Tafsiran nilai rata-rata tersebut dapat diinterpretasikan kedalam garis kontinum. Garis kontinum dapat dilihat pada gambar 3.1 di bawah ini:



Sumber: sugiyono (2017:95)

Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

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

3.6.2.1 Methode of succeshive interval (MSI)

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

1. Tentukan dengan tegas (variabel) sikap apa yang akan diukur.
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dipertanyakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut sebagai proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar kita tentukan nilai Z.
6. Menentukan nilai skala (scala value/SV).
7. Menghitung skor hasil untuk setiap pilihan jawaban dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti selanjutnya dengan menggunakan media komputerisasi yaitu SPSS versi 16 untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval.

3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

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

$$\text{Rumus : } Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 \dots \dots \dots b_nx_n + e$$

Keterangan:

- Y = Variabel dependen
- a = Konstanta, nilai tetap dari Y jika $X_1X_2 = 0$
- $b_1 b_2$ = Koefisien regresi, menunjukkan besarnya pengaruh X_1 dan X_2
- x_1 = variabel bebas
- x_2 = variabel bebas
- e = Standart error

nilai a, b_1 , b_2 dapat menggunakan rumusan sebagai berikut

$$\sum Y = an + b1 \sum X_1 + b2 \sum X_2$$

$$\sum X_1Y = a \sum X_1 + b1 \sum X_1^2 + b2 \sum X_1 X_2$$

$$\sum X_2Y = a \sum X_2 + b1 \sum X_1X_2 + b2 \sum X_2^2$$

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

3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda digunakan untuk mengetahui derajat seberapa besar kekuatan hubungan antar variabel X_1 , X_2 terhadap Y dengan menggunakan rumusan sebagai berikut:

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

Keterangan:

R = Koefisien korelasi berganda

JK_{regresi} = Jumlah kuadrat

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

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

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

Keterangan:

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

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

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

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

Apabila $r = 1$ artinya terdapat hubungan antara variabel X1, X2 dan variabel Y

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

Apabila $r = 0$ artinya tidak terdapat korelasi

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

Tabel 3.5
Interpretasi Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,19	Sangat rendah
0,20-0,39	Rendah
0,40-0,59	Sedang
0,60-0,79	Kuat
0,80-1,00	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2017:184)

3.5.3 Uji hipotesis

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

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

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

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

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

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

Keterangan:

R^2 = Koefisien korelasi ganda yang telah ditemukan

K = Banyaknya variabel bebas

N = Ukuran sampel

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

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

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

3.7.1 Uji F (Simultan)

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

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

$H_a = \beta_1, \beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

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

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

jika $F_{hitung} < f_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

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

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

Jika $f_{sig_{hitung}} < f_{sig_{tabel}}$ maka H_0 dan H_a diterima

3.7.2 Uji T (Parsial)

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

$H_0 = \beta_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas Pelayanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

$H_a = \beta_1 = 0$: Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas Pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

$H_o = \beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel Harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

$H_a = \beta_2 = 0$: Terdapat pengaruh signifikan antara variabel Harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Berdasarkan nilai thitung dan Ttabel dengan tingkat signifikan 5% memiliki ketentuan sebagai berikut:

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

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

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

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

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

3.5.4 Analisis Koefisien Determinasi

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

1. Analisis koefisien determinasi simultan Koefisien determinasi simultan digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel X_1 , dan X_2 terhadap

variabel Y secara simultan. Rumusan koefisien dterminasi simultan adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

K_d = Koefisien determinasi

R^2 = kuadrat dari koefisien berganda

2. Analisis koefisien determinasi parsial Koefisien determinasi parsial digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh salah satu variabel independen (X_1 , X_2) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial.

Rumusan untuk mengitung koefisien determinasi parsial adalah:

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

Keterangan:

B = Beta (nilai standardized coefficient)

Zero Order = Matrik korelasi variabel independen dengan variabel dependen Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

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

3.6 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data atau informasi yang di sajikan kedalam bentuk item atau pernyataan kepada responden. Dalam

Penyusunan kuesioner pernyataan yang diajukan kepada responden yang telah disediakan pilihan jawabannya, dengan berpedoman kepada skala likert dimana setiap jawaban akan diberikan skor. Dengan harapan peneliti dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal penting dalam penelitian. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan sebagai mana tercantum dalam operasionalisasi variabel. Rancangan kuesioner yang dibuat oleh peneliti adalah kuesioner tertutup dimana jawaban dibatasi atau sudah ditentukan oleh penulis. Jumlah kuesioner ditentukan berdasarkan indikator variabel penelitian.

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung, jln Tamansari 6-8 Bandung kepada Mahasiswwa/i aktif Program Studi Manajemen yang pernah berbelanja di situs jual beli online Shopee. Waktu penelitian dimulai pada bulan November sampai januari 2021.