

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Survei merupakan penelitian yang dilakukan terhadap suatu populasi tertentu dengan menggunakan angket sebagai instrumen penelitian. Menurut (Sugiyono, 2019: 7) metode penelitian survei termasuk kedalam metode penelitian kuantitatif. Kemudian masih dalam (Sugiyono, 2019: 7) memaparkan bahwasannya metode kuantitatif dapat juga disebut sebagai metode ilmiah atau *scientific* disebabkan metode tersebut mengandung aspek-aspek ilmiah seperti empiris, objektif, terukur, rasional, serta sistematis.

Menurut (Sugiyono, 2019: 8) metode penelitian kuantitatif didasari pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data melalui instrumen penelitian, serta analisis data secara statistik, yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dalam suatu penelitian. (Sugiyono, 2019: 2) selanjutnya menjelaskan “Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah (rasional, empiris, sistematis) untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.” Sehingga dalam penelitian yang dilakukan penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif.

Penelitian deskriptif menurut (Sugiyono, 2019: 35) “Adalah suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan

variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri).”

Sehingga berdasarkan pernyataan tersebut diketahui bahwasannya dalam penelitian ini pertanyaan penelitian yang mempertanyakan keadaan atau kondisi suatu variabel tertentu secara individual, tanpa menghubungkan dengan variabel penelitian lainnya. Maka melalui penelitian deskriptif yang dilakukan bertujuan untuk menjawab rumusan masalah nomer 1 (satu), 2 (dua), dan 3 (tiga) yang telah ditentukan sebelumnya.

Penelitian verifikatif menurut (Syahza, 2021: 24) merupakan suatu penelitian yang mencari sebab dan akibat sehingga memerlukan sebuah hipotesis.

Selain itu menurut Sugiyono dalam (Aprianti & Krismawati, 2020) memaparkan bahwasannya penelitian verifikatif merupakan “Metode penelitian melalui pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif dengan perhitungan statistika sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima.”

Sehingga berdasarkan pernyataan tersebut diketahui bahwasannya dalam penelitian ini pertanyaan yang mempertanyakan ada tidaknya suatu hubungan antara satu variabel atau beberapa variabel dengan variabel lainnya. Maka melalui penelitian verifikatif yang dilakukan bertujuan untuk menjawab rumusan masalah nomer 4 (empat) yang telah ditentukan sebelumnya.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Definisi variabel penelitian menurut (Sugiyono, 2019: 38) “Adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Operasionalisasi variabel digunakan sebagai dasar bagi peneliti dalam menyusun instrumen penelitian sehingga variabel-variabel penelitian yang dibuat dapat diukur.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh seorang peneliti terdapat variabel-variabel penelitian yang pastinya telah ditetapkan dengan jelas sebelum dilakukannya pengumpulan data. Menurut (Sugiyono, 2019: 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.” Terdapat beberapa variabel yang ditetapkan dalam penelitian ini yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

Pengertian variabel *independent* (bebas) menurut (Sugiyono, 2019: 39) merupakan variabel yang dapat disebut sebagai variabel *stimulus*, di mana variabel tersebut yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Sedangkan variabel *dependent* menurut (Sugiyono, 2019: 39) merupakan variabel yang dapat disebut sebagai variabel

output, di mana variabel terikat ini merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel *independent*.

Seperti penjelasan yang telah diuraikan, penulis menetapkan beberapa variabel untuk dicari, dikaji, dan ditarik kesimpulan, sehingga dapat memecahkan permasalahan yang terjadi dalam penelitian. Terdapat beberapa variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel *independent* (bebas) yang terdiri dari *perceived of usefulness* (X_1) dan *perceived ease of use* (X_2), serta variabel *dependent* (terikat) yaitu *customer loyalty* (Y). Berikut merupakan penjelasan terkait masing-masing variabel yang ada dalam penelitian :

1. *Perceived of Usefulness*

Menurut Davis dalam (Kumala dkk., 2020) “Mendefinisikan *perceived of usefulness* sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.”

2. *Perceived Ease of Use*

Menurut Davis dalam (Kumala dkk., 2020) “Mendefinisikan *perceived ease of use* sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan terbebas dari usaha.”

3. *Customer Loyalty*

“Loyalitas adalah sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang menyebabkan pelanggan beralih.” Kotler dalam (Sembiring dkk., 2014).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Setelah definisi dari setiap variabel penelitian diuraikan, maka pada tahap selanjutnya peneliti dapat menjabarkan terkait operasional variabel penelitian, yang meliputi penjelasan mengenai nama variabel, definisi variabel, dimensi variabel, indikator variabel, ukuran variabel, serta skala variabel yang disusun dalam bentuk tabel guna mempermudah pembaca dalam memahami variabel-variabel penelitian terkait.

Operasionalisasi variabel penelitian ini sendiri dibuat agar variabel-variabel penelitian tersebut dapat diukur, sehingga operasionalisasi kelak digunakan menjadi dasar bagi peneliti dalam menyusun instrumen penelitian (kuesioner) secara teoritis nantinya. Berikut Operasionalisasi variabel penelitian yang terdapat dalam tabel 3.1 berikut :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
<p><i>Perceived of Usefulness (X₁)</i></p> <p>“Mendefinisikan <i>perceived of usefulness</i> sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.”</p> <p>Davis dalam (Kumala dkk., 2020)</p>	<i>Work More Quickly</i>	Aplikasi bekerja dengan cepat	Tingkat kecepatan	Ordinal	1
		Fitur rekomendasi yang diberikan	Tingkat rekomendasi yang diberikan	Ordinal	2
	<i>Job Performance</i>	Mendapatkan informasi lengkap, jelas, serta akurat	Tingkat informasi yang lengkap, jelas, serta akurat	Ordinal	3
		Fitur-fitur yang dapat meningkatkan kualitas belanja	Tingkat fitur-fitur yang meningkatkan kualitas belanja	Ordinal	4

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK	
	<i>Effectiveness</i>	Efektivitas belanja	Tingkat efektivitas belanja	Ordinal	5	
		Penggunaan aplikasi yang praktis dan cepat	Tingkat Penggunaan aplikasi yang praktis dan cepat	Ordinal	6	
	<i>Makes Job Easier</i>	Meringankan pekerjaan karena kejelasan aplikasi	Tingkat kemudahan pekerjaan yang dirasakan	Ordinal	7	
		Kemudahan pembelian kebutuhan yang mendesak	Tingkat kemudahan pembelian kebutuhan	Ordinal	8	
	<i>Useful</i>	Adanya suatu penilaian bahwa aplikasi yang digunakan tersebut memiliki manfaat bagi pengguna	Tingkat manfaat yang diberikan aplikasi	Ordinal	9	
		Adanya manfaat untuk berbelanja	Tingkat manfaat yang dirasakan oleh pengguna	Ordinal	10	
		Pelanggan menggunakan aplikasi karena manfaat yang diperolehnya	Tingkat manfaat yang diperoleh	Ordinal	11	
	<i>Perceived Ease of Use (X₂)</i> “Mendefinisikan <i>perceived ease of use</i> sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu	<i>Easy To Learn</i>	Aplikasi mudah dipelajari	Tingkat kemudahan aplikasi	Ordinal	12
			Kemudahan penggunaan yang diberikan	Tingkat kemudahan yang diberikan	Ordinal	13
		<i>Easy To Understand</i>	Instruksi yang mudah dipahami	Tingkat kemudahan fitur untuk dipahami dan dimengerti	Ordinal	14

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK	
akan terbebas dari usaha.” Menurut Davis dalam (Kumala dkk., 2020)		Fitur yang mudah untuk dipahami	Tingkat fitur yang mudah untuk dipahami	Ordinal	15	
		Syarat dan ketentuan yang mudah dipahami	Tingkat kemudahan syarat dan ketentuan	Ordinal	16	
	<i>Effortless</i>	Aplikasi memiliki sifat fleksibel ketika digunakan pada suatu <i>devices</i> tertentu.	Tingkat fleksibilitas aplikasi	Ordinal	17	
		Aplikasi bebas dari usaha-usaha yang berlebih ketika digunakan	Tingkat aplikasi yang bebas dari usaha-usaha yang berlebihan	Ordinal	18	
	<i>Easy To Use</i>	Aplikasi mudah diakses oleh pengguna	Tingkat aplikasi yang mudah untuk diakses	Ordinal	19	
		Adanya suatu penilaian bahwa aplikasi mudah untuk digunakan bagi pengguna	Tingkat kemudahan yang dirasakan oleh pengguna	Ordinal	20	
	Customer Loyalty (Y) “Loyalitas adalah sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha	<i>Repeat Purchase</i>	Konsumen melakukan pembelian yang berulang	Tingkat pembelian ulang	Ordinal	21
			Melakukan pembelian yang <i>intens</i>	Tingkat intensitas pembelian	Ordinal	22
Pengalaman sebelumnya membuat konsumen melakukan pembelian ulang			Tingkat pembelian ulang berdasarkan pengalaman	Ordinal	23	

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
pemasaran yang menyebabkan pelanggan beralih.” Kotler dalam (Sembiring dkk., 2014)	<i>Retention</i>	Konsumen menggunakan aplikasi untuk berbelanja	Tingkat penggunaan aplikasi	Ordinal	24
		Kesetiaan Konsumen terhadap aplikasi	Tingkat kesetiaan dalam penggunaan	Ordinal	25
	<i>Referrals</i>	Konsumen merekomendasikan aplikasi	Tingkat pengguna dalam memberi rekomendasi	Ordinal	26
		Konsumen memberikan ulasan positif	Tingkat ulasan positif yang diberikan	Ordinal	27
		Memberikan rekomendasi berdasarkan pengalaman	Tingkat memberikan rekomendasi berdasarkan pengalaman	Ordinal	28

Sumber : Data Diolah Peneliti (2022)

3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Ketika suatu penelitian dilakukan penting sekali bagi peneliti untuk menentukan dan menetapkan objek dan subjek penelitian yang akan dikaji guna dapat mengambil kesimpulan dari sebuah persoalan yang menjadi permasalahan. Subjek dalam penelitian ini menggunakan populasi dari suatu kelompok individu tertentu dengan karakteristik yang dimilikinya, kemudian dapat diambil sejumlah sampel tertentu dari kelompok populasi yang ada melalui teknik sampling tertentu, sehingga peneliti dapat melakukan pengolahan data penelitian untuk selanjutnya.

3.3.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2019: 80) “Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Sehingga dari pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwasannya populasi merupakan kelompok elemen yang lengkap yang dapat berupa orang, objek, transaksi, maupun kejadian yang menarik untuk diteliti.

Untuk menentukan populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini, penulis menambahkan profil pengguna yang sering menggunakan *merchant social commerce* di Indonesia berdasarkan kelompok umur para penggunanya berdasarkan data yang tertera pada tabel 3.2 berikut ini :

Tabel 3.2
Pengguna *Merchant Social Commerce* Berdasarkan Umur

No.	Umur (Tahun)	Persentase (%)
1	20	9%
2	21 - 30	42%
3	31 - 40	38%
4	41	11%

Sumber : Katadata

Berdasarkan kelompok umur pengguna *merchant social commerce* pada tabel di halaman sebelumnya, diketahui bahwasannya diantara umur 21-30 memiliki intensitas yang kuat terhadap penggunaan *merchant social commerce*. Sehingga dalam penelitian yang akan dilakukan, penulis telah menentukan populasi yang nantinya akan digunakan dalam penelitian ini, di mana populasi tersebut adalah dengan menggunakan jumlah populasi Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Pasundan Bandung angkatan 2018 yang memiliki

kelompok umur pengguna *merchant social commerce* tertinggi. Berikut jumlah populasi populasi Mahasiswa aktif Prodi Manajemen Universitas Pasundan Bandung angkatan 2018 :

Tabel 3.3
Populasi Mahasiswa/i Aktif Prodi Manajemen Angkatan 2018

No	Populasi	Jumlah
1.	Prodi Manajemen Angkatan 2018	349 Orang

Sumber : SBAP FEB Universitas Pasundan Bandung

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan suatu himpunan bagian (*subset*) dari unit populasi yang ada. Menurut (Sugiyono, 2019: 81) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik suatu populasi. Masih dalam (Sugiyono, 2019: 81) apabila suatu populasi terlalu besar dan tidak memungkinkan bagi peneliti untuk mempelajari seluruh populasi yang ada dikarenakan keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka pengambilan sampel dari suatu populasi sudah dapat menjadi representatif (mewakili) dan kesimpulan yang diambil dapat diberlakukan untuk keseluruhan populasi tersebut. Untuk menghitung penentuan sampel yang akan digunakan dari jumlah populasi, maka digunakan Rumus Solvin seperti berikut :

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

Di mana :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e^2 = Tingkat kesalahan sampel yang (*sampling error*), 10% (0,1)

Sehingga didapati jumlah sampel yang dapat mewakili populasi untuk penelitian yang dilakukan melalui perhitungan Rumus Solvin dibawah ini :

$$n = \frac{349}{1 + 349 (0,1)^2} = 77,73$$

Berdasarkan jumlah populasi yang kemudian dilakukan perhitungan untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, maka diperoleh nilai (n) adalah sebanyak 77,73 orang mahasiswa atau dibulatkan menjadi sebanyak 78 orang mahasiswa.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik pengumpulan data merupakan tahapan-tahapan yang harus dilakukan untuk memperoleh data dan segala informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Menurut (Sugiyono, 2019: 81) teknik sampling merupakan teknik yang dilakukan untuk melakukan pengambilan sampel. menurut (Sugiyono, 2019: 82) terdapat dua teknik pengambilan sampling yaitu *probability sampling* dan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling*. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang akan digunakan adalah *nonprobability sampling*, menurut (Sugiyono, 2019: 84) *nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama

bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dalam teknik *nonprobability sampling* penelitian ini menggunakan teknik *sampling insidental*, menurut (Sugiyono, 2019: 85) *sampling insidental* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yang berarti siapa saja yang bertemu secara kebetulan bertemu peneliti dapat dijadikan sebagai sampel, apabila sampel (orang) tersebut dikira cocok digunakan sebagai sumber data (yang memenuhi syarat penelitian).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah strategis dalam melakukan penelitian karena tujuan dari penelitian itu sendiri adalah untuk mendapatkan data (Sugiyono, 2019: 224). Menurut (Sugiyono, 2019: 224) pengumpulan data dapat dilakukan melalui beberapa teknik yang pertama, data dikumpulkan berdasarkan *natural setting* seperti laboratorium (metode eksperimen), di rumah (responden), seminar, diskusi, di jalan, dan lain sebagainya yang kedua, data dikumpulkan berdasarkan sumbernya seperti sumber primer dan sumber sekunder, yang ketiga, data dikumpulkan berdasarkan cara atau teknik data tersebut didapatkan seperti observasi, *interview*, kuisioner, dokumentasi, dan gabungan keempatnya.

1. Penelitian lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data primer, merupakan data yang diperoleh melalui :

a. Pengamatan (*Observation*)

Merupakan data yang dikumpulkan berdasarkan fakta mengenai kondisi yang terjadi (nyata) yang diperoleh melalui observasi (pengamatan) yang jelas. (Sugiyono, 2019: 226).

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pemberian seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. (Sugiyono, 2019: 142)

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Merupakan pengumpulan data sekunder yang dilakukan untuk menunjang penelitian dari segi teoritis dengan cara mengumpulkan studi pustaka yang relevan yang sesuai berdasarkan kebutuhan penelitian yang akan dilakukan, seperti melalui sumber literatur, buku, jurnal, internet dan data perusahaan yang berkaitan dengan objek penelitian.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Uji validitas dan reliabilitas merupakan dua kesatuan pengujian instrumen penelitian yang tidak dapat dipisahkan. Suatu instrumen penelitian yang valid sudah pasti reliabel, akan tetapi instrumen penelitian yang reliabel belum tentu valid, sehingga instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat yang wajib untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel. Menurut (Sugiyono, 2019: 121) suatu instrumen penelitian dapat dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan

instrumen yang reliabel merupakan instrumen yang apabila digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama, dapat menghasilkan suatu data yang sama.

3.5.1 Uji Validitas

Validitas merupakan pengujian ketepatan alat ukur yang digunakan. Dalam suatu penelitian di mana data yang bersumber dari data primer, biasanya data tersebut dikumpulkan menggunakan alat ukur yang berupa kuesioner, sehingga alat ukur tersebut perlu diuji ketepatannya. Suatu alat ukur dinyatakan valid apabila diantara alat ukur yang digunakan memiliki korelasi yang cukup tinggi. Berikut cara untuk menguji validitas melalui *pearson product moment* menurut (Sugiyono, 2019: 182) pada tampilan berikut ini :

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[(n \sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [(n \sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah responden uji coba

$\sum X$ = Jumlah hasil pengamatan variabel X

$\sum Y$ = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

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

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

Dasar pertimbangan keputusan :

- a. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.
- b. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

Berdasarkan pernyataan (Sugiyono, 2019: 126) apabila korelasi tiap faktor positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrument atau pernyataan tersebut mempunyai validitas konstruksi yang baik. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat dari hasil *output* SPSS pada tabel *total statistic*, sedangkan untuk menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *corrected item-total correlation* masing-masing butir pertanyaan.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian keandalan dari suatu alat ukur. Suatu alat ukur dikatakan reliabel atau andal apabila data dari hasil pengukuran itu konsisten, artinya jika suatu alat ukur digunakan berkali-kali untuk mengukur objek yang sama pada waktu yang berbeda, dan hasilnya relatif sama, maka alat ukur tersebut dinyatakan reliabel. Menurut (Sugiyono, 2019: 135) pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan *internal consistency* melalui teknik belah dua (*split half*) yang dianalisis dengan rumus *spearman brown*. Artinya

pertanyaan-pertanyaan dipisahkan menjadi dua kelompok, yaitu kelompok bernomor ganjil dan kelompok bernomor genap. Kedua kelompok tersebut kemudian masing-masing dijumlahkan sehingga didapati skor total untuk masing-masing kelompok. Berikut korelasi skor kelompok ganjil dan kelompok genap dengan rumus :

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

Keterangan :

r_{AB} = Korelasi *Pearson Product Moment*

$\sum A$ = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$ = Jumlah total skor belahan genap

$\sum A^2$ = Jumlah kuadrat skor belahan ganjil

$\sum B^2$ = Jumlah kuadrat skor belahan genap

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

Setelah dilakukan perhitungan hasil korelasi *Product Moment* antara butir-butir instrumen ganjil dan genap, kemudian dimasukan atau dilakukan perhitungan angka reliabilitas untuk keseluruhan item menggunakan rumus korelasi *spearman brown* seperti dalam (Sugiyono, 2019: 131) sebagai berikut :

$$r_i = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan:

r_i = Nilai reliabilitas internal seluruh instrumen

r_b = Korelasi *product moment* antara belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), dengan batasan reliabilitas minimal 0,7

Setelah didapati nilai reliabilitas (r_{hitung}), kemudian nilai tersebut dibandingkan dengan r_{tabel} , dengan dasar pertimbangan keputusan sebagai berikut:

- a. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrument tersebut dinyatakan reliabel.
- b. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen tersebut dinyatakan tidak reliabel.

3.5.3 *Method of Successive Interval (MSI)*

Method of Successive Interval (MSI) merupakan metode yang digunakan untuk merubah skala ordinal menjadi skala interval untuk penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai alat instrumen penelitiannya. Perubahan tersebut dikarenakan jawaban kuesioner yang berupa skala ordinal, sehingga perlu ditransformasi atau dirubah menjadi skala interval. Hal tersebut disebabkan karena analisis data penelitian yang menggunakan regresi linier berganda, yang mensyaratkan atau mengharuskan data yang digunakan berskala interval atau rasio. Berikut adalah langkah-langkah menggunakan *Method of Successive Interval (MSI)* :

1. Menentukan frekuensi setiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1 - 5 untuk setiap pernyataan).

2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar tentukan nilai Z. Untuk data > 30 dianggap mendekati luas daerah bawah kurva normal.
6. Menghitung *Scale Value* (SV) untuk masing-masing responden dengan rumus

$$SV = \frac{(\text{Density at lower limit}) - (\text{Density at upper limit})}{(\text{Area under upper limit}) - (\text{Area under lower limit})}$$

Keterangan :

<i>SV (Scale Value)</i>	= Rata-rata Interval
<i>Density at lower limit</i>	= Kepaduan batas bawah
<i>Density at upper limit</i>	= Kepaduan batas atas
<i>Area under upper limit</i>	= Daerah dibawah batas atas
<i>Area under lower limit</i>	= Daerah dibawah batas bawah

7. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan rumus :

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1 [sv \text{ min}]$$

Catatan, nilai sv terkecil atau nilai negatif terbesar diubah menjadi sama dengan 1 (satu).

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Analisis data merupakan tahapan yang akan menghasilkan kesimpulan penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan metode yang telah ditentukan sebelumnya dalam desain penelitian. Menurut (Sugiyono, 2019: 147) analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah data yang dibutuhkan terkumpul, kegiatan tersebut meliputi mengelompokkan data variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari keseluruhan responden, menyajikan dari setiap data yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab permasalahan yang terjadi (rumusan masalah), serta melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Analisis deskriptif merupakan analisis data yang disajikan dalam bentuk tabel, grafik, diagram lingkaran, *pictogram*, perhitungan modus, median, mean (pengukuran tendensi sentral), perhitungan desil persentil, perhitungan data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan persentase. Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi melalui analisis regresi, serta membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi (Sugiyono, 2019: 148). Dari pengertian tersebut metode analisis data didasari oleh identifikasi masalah serta hipotesis yang diajukan, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan guna mengetahui pengaruh antara variabel *independent* dan *dependent*.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan tanpa bermaksud membentuk suatu kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2019: 147). Analisis data mengenai karakteristik dari responden yang akan dikumpulkan berupa umur, pendidikan, dan penghasilan. Dimana setiap item variabel *independent* dan *dependent* memiliki bobot atau nilai yang berbeda dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* menurut (Sugiyono, 2019: 93) digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Sehingga setiap pendapat yang diajukan memiliki ukuran atau indikator dari yang sangat positif sampai sangat negatif. Menurut (Sugiyono, 2019: 93) skala *likert* pada tampilan berikut ini :

Tabel 3.4
Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	SS (Sangat Setuju)	5
2	S (Setuju)	4
3	KS (Kurang Setuju)	3
4	TS (Tidak Setuju)	2
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber : (Sugiyono, 2019: 93)

Melalui skala pada tabel 3.4 tersebut maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian setiap indikator tersebut dijumlahkan dan kemudian diperoleh hasil rata-rata dari penjumlahan tersebut, sehingga diperoleh hasil yang dapat digambarkan suatu garis kontinum untuk

mengetahui kategori indikator dari hasil rata-rata tersebut. Penelitian dalam menentukan kategori skala pada garis kontinum menggunakan rumus yaitu :

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

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

$$NJI \text{ (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah kriteria jawaban}}$$

Di mana :

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

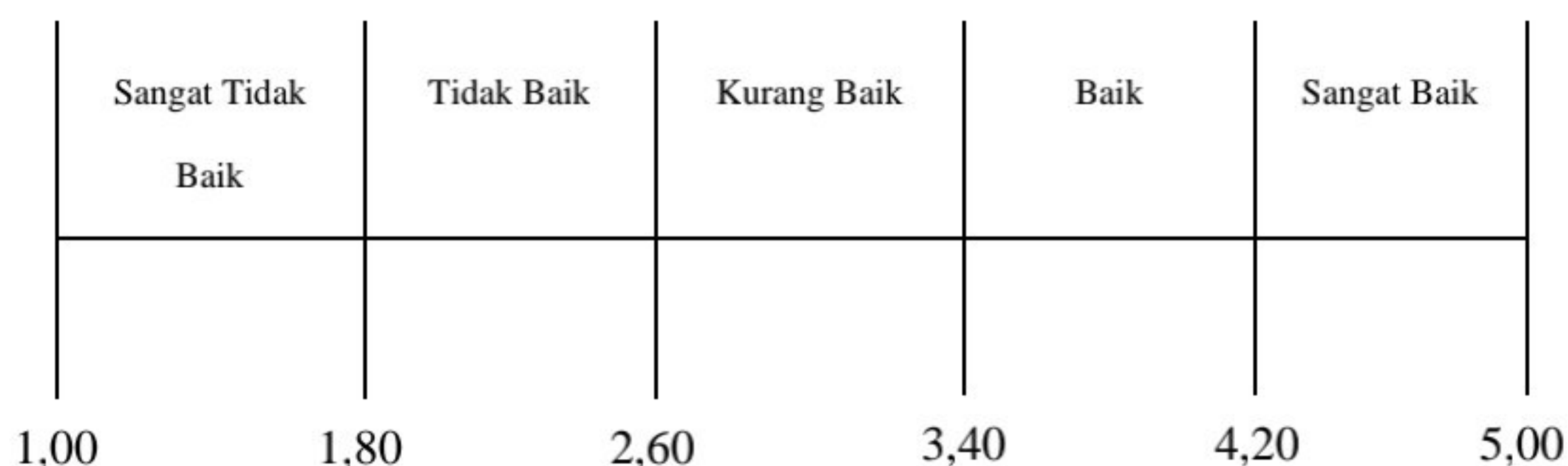
NJI (Nilai Jenjang Interval) = $(5-1) / 5 = 0,8$

Tabel 3.5
Kategori Skala Variabel Penelitian

No	Skala	Kategori		
		Kebermanfaatan	Kemudahan	Loyalitas Pelanggan
1	1,00 - 1,80	Sangat Tidak Bermanfaat	Sangat Tidak Mudah	Sangat Tidak Loyal
2	1,81 - 2,60	Tidak Bermanfaat	Tidak Mudah	Tidak Loyal
3	2,61 - 3,40	Kurang bermanfaat	Kurang Mudah	Kurang Loyal
4	3,41 - 4,20	Bermanfaat	Mudah	Loyal
5	4,21 - 5,00	Sangat Bermanfaat	Sangat Mudah	Sangat Loyal

Sumber : (Sugiyono, 2019: 95)

Setelah nilai rata-rata jawaban telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu yang bernama garis kontinum yang ditampilkan pada gambar berikut ini :



Sumber (Sugiyono, 2019: 95)

Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Menurut Sugiyono dalam (Aprianti & Krismawati, 2020: 54) memaparkan bahwasannya penelitian verifikatif merupakan “Metode penelitian melalui pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif dengan perhitungan statistika sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima.” Analisis verifikatif merupakan analisis yang dilakukan dengan maksud membuktikan suatu hipotesis penelitian apakah diterima atau ditolak melalui perhitungan statistik. Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Analisis verifikatif dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa metode yang ditampilkan pada halaman selanjutnya.

3.6.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Sugiyono, 2019: 188) analisis regresi merupakan alat analisis yang digunakan untuk memprediksi berubahnya variabel *dependent* apabila variabel *independent* mengalami perubahan (dinaikan atau diturunkan nilainya). Analisis regresi linier merupakan model yang menunjukkan hubungan sebab akibat antara dua atau lebih variabel *independent* (X) dan variabel *dependent* (Y). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan masing-masing variabel *independent* yang berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel *dependent* apabila terjadi perubahan nilai pada variabel *independent*. Dikatakan regresi linier berganda karena jumlah variabel bebas (independen) sebagai prediktor lebih dari satu, maka digunakan persamaan regresi linier berganda dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Di mana :

Y = Variabel terikat (*customer loyalty*)

a = Bilangan konstanta

b_1 dan b_2 = Koefisien regresi *perceived of usefulness* dan *perceived ease of Use*

X_1 = Variabel bebas (*perceived of usefulness*)

X_2 = Variabel bebas (*perceived ease of use*)

e = Error atau faktor gangguan lain

3.6.2.2 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda yaitu analisis yang digunakan untuk menguji apakah terdapat hubungan yang kuat (positif dan signifikan) antara variabel-variabel *independent* dan variabel *dependent*. Kekuatan atau keeratan hubungan dapat dinyatakan dengan istilah koefisien korelasi. Koefisien korelasi merupakan besar kecilnya hubungan antara dua variabel yang dinyatakan dalam bilangan yang disebut dengan koefisien korelasi. Adapun rumus korelasi berganda menurut (Sugiyono, 2019: 191) sebagai berikut :

$$R_{x_1x_2} = \sqrt{\frac{r^2_{yx_1} + r^2_{yx_2} - 2r_{yx_1} r_{yx_2} r_{x_1x_2}}{1 - r^2_{x_1x_2}}}$$

Dimana:

$R_{x_1x_2}$ = Korelasi antara variabel X_1 dengan X_2 secara bersama-sama dengan variabel Y

r_{yx_1} = Korelasi *product moment* antara X_1 dengan Y

r_{yx_2} = Korelasi *product moment* antara X_2 dengan Y

$r_{x_1x_2}$ = Korelasi *product moment* antara X_1 dengan X_2

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

sebagai berikut :

- a. Apabila $r=1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1 , X_2 , dan variabel Y.
- b. Apabila $r=-1$, artinya terdapat hubungan antara variabel negatif.
- c. Apabila $r=0$, artinya terdapat hubungan korelasi.

Tabel 3.6
Taksiran Besarnya Hubungan 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 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber : (Sugiyono, 2019: 184)

3.6.3 Uji Hipotesis

Hipotesis penelitian yaitu hipotesis yang dinyatakan oleh peneliti berdasarkan kerangka teori. Hipotesis penelitian merupakan anggapan dasar, kesimpulan, atau jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian yang masih bersifat praduga yang masih harus dibuktikan akan kebenarannya. Menurut (Sugiyono, 2019: 63) dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan masih atau hanya berdasarkan pada teori yang relevan, belum berdasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh *perceived of usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *customer loyalty* secara parsial dan simultan. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a).

3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji statistik hipotesis simultan pada dasarnya digunakan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel *independent* (bebas) yang dimasukkan dalam model

memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel *dependent* (terikat).

Hipotesis simultan yang akan dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut :

a. Membuat Formulasi Uji Hipotesis

1. $H_0 : b_1, b_2 = 0$, Artinya tidak terdapat pengaruh *perceived of usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *customer loyalty*.
2. $H_a : b_1, b_2 \neq 0$, Artinya terdapat pengaruh *perceived of usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *customer loyalty*.

b. Menentukan Tingkat Signifikansi

Tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ yang berarti kebenaran penarikan kesimpulan penelitian memiliki probabilitas 95% dengan toleransi kesalahan 5%.

c. Formulasi hipotesis tersebut kemudian diuji untuk diketahui tentang diterima atau ditolaknya hipotesis, sehingga untuk pengujian tersebut peneliti dalam hal ini melakukan perhitungan nilai F_{hitung} untuk mengetahui apakah variabel-variabel koefisien korelasi berganda signifikan atau tidak, menggunakan rumus perhitungan dalam (Sugiyono, 2019: 192) sebagai berikut :

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Di mana :

R^2 = Koefisien korelasi berganda

k = Jumlah variabel *independent*

n = Jumlah anggota sampel

F_{hitung} = F_{hitung} yang akan dibandingkan dengan F_{tabel} nantinya

$(n-k-1)$ = Derajat kebebasan

Dari perhitungan tersebut akan diperoleh hasil distribusi (F) dengan pembilang (K) dan penyebut dk ($n - k - 1$), dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel} \rightarrow H_0$ ditolak dan sebaliknya H_a diterima (signifikan).
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel} \rightarrow H_0$ diterima dan sebaliknya H_a ditolak (tidak signifikan).

3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Uji t statistik (*t-Test*) bertujuan untuk mengetahui hubungan yang signifikan dari masing-masing variabel *independent* (bebas) terhadap *dependent* (terikat). Pengujian hipotesis secara parsial atau individual yang dilakukan dengan cara melakukan perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} . Hipotesis parsial yang akan dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut :

- a. Membuat Formulasi Uji Hipotesis
 1. $H_0 : b_1 = 0$, Artinya tidak dapat pengaruh *perceived of usefulness* terhadap *customer loyalty*.
 2. $H_a : b_1 \neq 0$, Artinya terdapat pengaruh *perceived of usefulness* terhadap *customer loyalty*.
 3. $H_0 : b_2 = 0$, Artinya tidak dapat pengaruh *perceived ease of use* terhadap *customer loyalty*.
 4. $H_a : b_2 \neq 0$, Artinya terdapat pengaruh *perceived ease of use* terhadap *customer loyalty*.

- b. Menentukan Tingkat Signifikansi

Tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ yang berarti kebenaran penarikan kesimpulan penelitian memiliki probabilitas 95% dengan toleransi kesalahan 5%.

c. Menghitung Uji *t-Test*

Pengujian hipotesis secara parsial dimaksudkan apakah variabel bebas berkorelasi positif dan signifikan terhadap variabel terikatnya, melalui rumus perhitungan dalam (Sugiyono, 2019: 187) pada halaman selanjutnya.

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

Di mana :

t_{hitung} = Statistik uji korelasi

n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

Dari perhitungan tersebut dapat melakukan perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} , dengan tingkat kesalahan 5% uji dua pihak dan $dk = n - 2$, dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan sebaliknya H_a ditolak.

3.6.3.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase (%) besarnya pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu melalui analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus yang ditampilkan pada halaman selanjutnya.

1. Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh variabel *perceived of usefulness* (X_1), dan *perceived ease of use* (X_2), terhadap variabel (Y) yaitu *customer loyalty*. Perhitungan koefisien determinasi secara simultan yang dapat diketahui dengan rumus sebagai berikut :

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

Di mana :

Kd = Nilai koefisien determinasi

r^2 = Kuadrat dari koefisien ganda

2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase besarnya kontribusi masing-masing variabel *independet* terhadap variabel *dependent* secara parsial (terpisah). Perhitungan koefisien determinasi secara simultan yang dapat diketahui dengan rumus sebagai berikut :

$$Kd = b \times \text{zero order} \times 100\%$$

Di mana :

Kd = Koefisien determinasi

b = Standar koefisien Beta (nilai b_1 , b_2 , b_3)

Zero Order = Korelasi variabel independen dengan variabel dependen.

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase.

Kriteria-kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

- a. Jika K_d mendekati (0), berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan lemah.
- b. Jika K_d mendekati (1), berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan kuat.

3.7 Rancangan Kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2019: 142) kuesioner adalah teknik pengumpulan data melalui pemberian seperangkat pertanyaan ataupun pernyataan secara tertulis kepada narasumber atau responden untuk dijawabnya. Masih dalam (Sugiyono, 2019: 142) kuesioner dapat berbentuk pertanyaan atau pernyataan tertutup maupun terbuka, yang dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet. Melalui penyusunan kuesioner yang dirancang diharapkan dapat memperoleh *points* penting yang berkaitan dan sesuai dengan variabel-variabel yang diteliti. Narasumber atau responden dapat memilih pada kolom pertanyaan yang sudah disediakan berdasarkan pendapat dan yang sebenarnya mereka rasakan terkait variabel-variabel yang sedang diteliti dengan berpedoman pada skala *likert*.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Studi kasus dilakukan pada mahasiswa prodi Manajemen Universitas Pasundan Bandung angkatan 2018 Kota Bandung. Adapun waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan April tahun 2022 hingga bulan November tahun 2022.