

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Metode pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yaitu menurut pengertian Sugiyono (2019:8) adalah metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Pengertian deskriptif menurut Sugiyono (2019:147) sebagai berikut: “Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”.

Hubungan kausal menurut Sugiyono (2019: 93) adalah hubungan sebab akibat antara variabel independen yaitu variabel yang mempengaruhi dan variabel dependen yaitu variabel yang dipengaruhi. Kaitannya, apabila kita melakukan sesuatu (A), maka sesuatu yang lain (B) akan mengikuti (terjadi). Penelitian ini bersifat kausal karena memiliki hubungan yang bersifat sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Penelitian kausal bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal atau menguji pengaruh antar variabel. Selanjutnya akan dibuat hipotesis sementara untuk melihat apakah ada hubungan antara variabel  $X_1$  dan  $X_2$  dalam hal ini variabel *E-Service Quality* dan *E-Trust* dengan variabel (Y) yaitu Niat Pembelian Uang di

aplikasi Blibli.com.

Penelitian ini adalah individu dan berdasarkan waktu pelaksanaannya, penelitian ini termasuk ke dalam studi *cross section (one-shot)* karena pada penelitian ini data dikumpulkan pada waktu yang sama atau waktu tertentu atau dengan kata lain data hanya sekali dikumpulkan, selama periode harian, mingguan, atau bulanan (Sujarweni, 2019:90). Karakteristik penelitian ini digambarkan dalam tabel 3.1 berikut ini:

**Tabel 3.1 Karakteristik Penelitian**

No	Karakteristik Penelitian	Jenis
1	Berdasarkan metode	Kuantitatif
2	Berdasarkan tujuan	Deskriptif
3	Berdasarkan tipe penyelidikan	Kausal
4	Berdasarkan unit analisis	Individu
5	Berdasarkan waktu pelaksanaan	<i>Cross Section</i>

### 3.2 Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:95). Dalam penelitian terdapat dua jenis variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel terikat/dependen dalam penelitian ini adalah variabel (Y) yaitu Niat Pembelian Uang di aplikasi Blibli.com dan variabel bebas/independen dalam penelitian ini adalah variabel *E-Service Quality* dan *E-Trust*.

#### 1. Variabel Independen

Menurut Martono (2017:51) variabel independen atau disebut juga variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel yang lain, yang pada umumnya berada

dalam urutan tata waktu yang terjadi lebih dulu. Variabel ini dalam penelitian kuantitatif merupakan variabel yang menjelaskan terjadinya fokus atau topik penelitian. Variabel ini biasanya disimbolkan dengan variabel “X”. Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel independen, yaitu *E-Service Quality* dan *E-Trust*.

## 2. Variabel Dependen.

Menurut Sugiyono (2019) “Variabel dependen atau terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.” Variabel ini dalam penelitian kuantitatif adalah sebagai variabel yang dijelaskan dalam fokus atau topik penelitian. Variabel ini biasanya disimbolkan dengan variabel “Y”. Dalam penelitian ini terdapat variabel dependen yaitu Niat pembelian ulang di *blibli.com*.

**Tabel 3. 2 Variabel Operasional**

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
E-Service Quality (X) <i>e-service quality</i> seberapa jauh sebuah website memfasilitasi pembelian yang efektif dan efisien, pembelian, dan penyampaian produk atau jasa.. Fandy Tjiptono dan Grerious Chandra (2016:121)	1. Effisiensi ( <i>Efficiency</i> )	Kemudahan dalam mengakses aplikasi atau situs <i>website</i> .	Tingkat kemudahan mengakses aplikasi situs <i>website</i> tersebut.	Ordinal	1
		Kemudahan dalam melakukan registrasi atau pendaftaran akun secara <i>online</i> .	Tingkat kemudahan melakukan registrasi atau pendaftaran akun secara <i>online</i> .	Ordinal	2
		Kecepatan dalam mengakses aplikasi atau situs <i>website</i> .	Tingkat kecepatan dalam mengakses aplikasi atau situs <i>website</i> .	Ordinal	3

Lanjutan Tabel 3. 2 Variabel Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
	2. Pemenuhan ( <i>Fulfillmen</i> )	Kelengkapan produk yang disediakan oleh Blibli.com.	Tingkat kelengkapan produk yang disediakan oleh Blibli.com.	Ordinal	4
		Ketepatan dalam pengiriman produk sesuai dengan waktu yang dijanjikan.	Tingkat ketepatan pengiriman produk sesuai dengan waktu yang dijanjikan.	Ordinal	5
	3. Kehandalan ( <i>Reliability</i> )	Kemampuan dalam ketersediaan situs <i>website</i> untuk keperluan pelanggan.	Tingkat kemampuan dalam ketersediaan situs <i>website</i> untuk keperluan pelanggan.	Ordinal	6
		Kemampuan aplikasi atau situs <i>website</i> dalam beroperasi dengan baik.	Tingkat kemampuan aplikasi atau situs <i>website</i> dalam beroperasi dengan baik.	Ordinal	7
	4. Privasi ( <i>Privacy</i> )	Kerahasiaan data informasi pribadi pengguna terjamin keamanannya	Tingkat kerahasiaan informasi pribadi pengguna terjamin keamanannya	Ordinal	8
		Keamanan dalam melakukan transaksi jual beli <i>online</i> .	Tingkat keamanan dalam melakukan transaksi jual beli <i>online</i> .	Ordinal	9
	5. Daya Tanggap ( <i>Responsive ness</i> )	Inisiatif <i>customer service</i> dalam membantu pelanggan.	Tingkat inisiatif <i>customer service</i> dalam membantu pelanggan.	Ordinal	10

Lanjutan Tabel 3. 2 Variabel Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
		<i>Customer Service</i> memberikan pelayanan dengan sigap dan tanggap.	Tingkat kesigapan dan ketanggapan <i>customer service</i> memberikan pelayanan.	Ordinal	11
	6. Kompensasi ( <i>Compensation</i> )	Kemampuan pelanggan dalam membayar biaya pengiriman.	Tingkat kemampuan pelanggan membayar biaya pengiriman.	Ordinal	12
		Kemampuan perusahaan dalam pengembalian uang jika terjadi masalah (membatalkan pesanan atau produk tidak sesuai)	Tingkat kemampuan perusahaan dalam pengembalian uang jika terjadi masalah	Ordinal	13
	7. Kontak ( <i>Contact</i> )	Ketersediaan <i>customer service</i> dalam memenuhi keinginan pelanggan.	Tingkat ketersediaan <i>customer service</i> dalam memenuhi keinginan pelanggan.	Ordinal	14
		<i>Customer service</i> memiliki pengetahuan mengenai pelayanan yang diberikan.	Tingkat pengetahuan yang dimiliki <i>customer service</i> mengenai pelayanan yang diberikan.	Ordinal	15
<i>E-Trust</i> merupakan keyakinan yang dimiliki konsumen atas suatu perusahaan sebagai dasar dalam melakukan transaksi yang berbasis <i>online</i> Anggalia Wibasuri (2018)	<i>Benelovence</i>	Bisa percaya vendor <i>online</i>	Kebenaran informasi	Ordinal	16
	<i>Ability</i>	Situs web/aplikasi kredibel	Kebenaran proses	Ordinal	17
	<i>Integrity</i>	mempercaya informasi yang disajikan	Keyakinan keamanan data	Ordinal	18
		Percaya klaim dan janji	Integritas	Ordinal	19
		Percaya situs web <i>online</i> mengatakan tentang produk	realibility	Ordinal	20

Lanjutan Tabel 3. 2 Variabel Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
Variabel Niat Pembelian Ulang (Y) minat beli ulang yaitu minat pembelian yang berdasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu Hasan (2018)	Niat transaksional	kecenderungan seseorang yang selalu berkeinginan untuk membeli ulang produk.	Tingkat kepuasan dalam mencari dan mendapatkan apa saja yang dibutuhkan.	Ordinal	21
		Kenyaman dalam menggunakan aplikasi atau situs <i>website</i> dalam waktu yang lama ( <i>shopping time</i> ).	Tingkat kenyamanan dalam menggunakan aplikasi atau situs <i>website</i> dalam waktu yang lama.	Ordinal	22
	Niat refrensial	kecenderungan seseorang untuk menggambarkan atau merekomendasikan produk kepada orang lain.	Tingkat kemauan untuk menyarankan penggunaan aplikasi pada teman atau keluarga	Ordinal	23
	Niat preferensial	menggambarkan perilaku seseorang yang selalu memiliki pilihan utama pada produk, apabila terjadi sesuatu dengan produk yang telah dikonsumsi.	Tingkat kepuasan dalam desain aplikasi atau <i>website</i> yang <i>interface</i> .	Ordinal	24
			Tingkat kepuasan pengalaman menggunakan Aplikasi	Ordinal	25

Sumber : Pengolahan data 2022

Dalam skala likert, untuk mengukur data kualitatif menjadi kuantitatif, maka jawaban itu diberi skor seperti berikut ini :

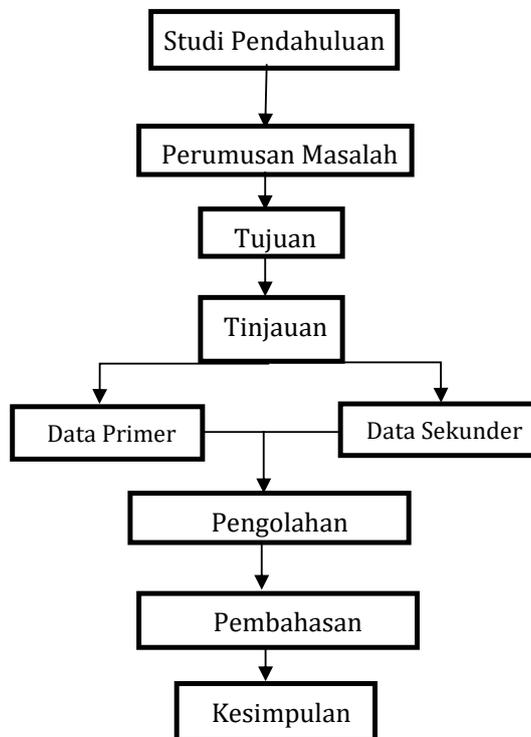
Tabel 3.3 Penilaian Skala

No	Uraian	Skor
1.	Sangat setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak setuju	2
5.	Sangat tidak setuju	1

### 3.3 Tahapan Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini diawali dengan pengamatan fenomena yang dapat dijadikan topik penelitian. Selanjutnya, dilakukan perumusan masalah sesuai fenomena yang ditemukan dalam studi lapangan dan menentukan tujuan dari penelitian. Peneliti melakukan tinjauan teori dan studi literatur sebagai dasar penelitian dengan menyesuaikan tema penelitian dengan teori-teori yang sesuai dengan penelitian, sedangkan studi literatur dilakukan dengan melihat perbandingan antara penelitian yang dijalankan dan penelitian terdahulu yang memiliki kemiripan sebagai tinjauan dan acuan. Selanjutnya peneliti mengadakan observasi objek penelitian untuk melihat dan memahami objek yang akan dijadikan sasaran dalam penelitian sesuai dengan judul.

Penetapan sampel dan pengumpulan data dilakukan untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ada yang akan dijadikan sasaran untuk menjadi responden dalam pengumpulan data. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner berupa beberapa kumpulan pertanyaan dengan skala *likert*. Pengolahan data dilakukan dengan perhitungan hasil yang diperoleh dari penyebaran kuesioner menggunakan bantuan beberapa rumus dan bantuan operasional SPSS. Selanjutnya peneliti melakukan analisis data dengan analisis deskriptif, sedangkan interpretasi data dilakukan peneliti dengan mencantumkan hasil penelitian berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan sehingga dapat ditarik kesimpulan dan saran.

**Gambar 3.1 Tahapan Penelitian**

### 3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dan dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Pengumpulan data dimulai dengan menentukan responden yang akan dijadikan populasi, dari populasi tersebut peneliti akan mengambil bagian, jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel yang akan digunakan dalam penelitian.

#### 3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019:119) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu

yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan sebanyak 50 Orang.

### 3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2019:81) mendefinisikan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul mewakili. Semakin besar jumlah sampel dari populasi yang diteliti, maka peluang kesalahan semakin kecil dan begitu sebaliknya. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang dimiliki penelliti dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dan jumlah populasi yang terlalu banyak. 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, yaitu:

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

Dimana :            n = Ukuran Sampel

                          N = Ukuran Populasi

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

10%)

Jumlah populasi yaitu sebanyak 780 orang dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,10) atau dapat disebutkan tingkat keakuratannya sebesar 90%, sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi tersebut adalah sebesar:

$$n = \frac{700}{1 + 700(0,10)^2}$$

$$= 50 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, peneliti membulatkan perolehan ukuran sampel (n) dalam penelitian ini sebanyak 50 orang. Jumlah tersebut akan dijadikan sebagai ukuran sampel penelitian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung *customer E-Commerce Blibli.com*. Dimana responden tersebut akan diberikan kuisisioner yang akan disebarakan melalui tatap muka.

### 3.4.3 Teknik Sampling

Teknik *sampling* merupakan teknik pengumpulan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik *sampling* pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Pada penelitian peneliti menggunakan metode *non-probability sampling*.

Menurut Sugiyono (2019:84) *non-probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak diberi peluang atau kesempatan bagi setiap unsur

atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. *Non-probability sampling* terdiri dari sampling sistematis, sampling kuota, *sampling incidental*, *sampling purposive* dan *snow ball sampling*. Pada penelitian ini, peneliti juga menggunakan *purposive sampling*, dengan kata lain hanya sampel tertentu yang memiliki kriteria untuk dijadikan sebagai sampel. Pertimbangan tersebut diambil karena responden dianggap lebih berpengalaman sehingga memudahkan untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih valid. Adapun kriteria sampel penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Yang sudah pernah berkunjung dan melakukan pembelian atau transaksi minimal satu kali transaksi dengan sukses dalam melakukan transaksi sebagai pembeli.
2. Pelanggan Blibli.com pada mahasiswa memiliki aplikasi blibli.com.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data**

Metode dalam pengumpulan data menunjukkan cara-cara yang ditempuh untuk memperoleh data yang dibutuhkan (Alba 2017). Penelitian menggunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu :

- a. Studi kepustakaan, yakni mengumpulkan data dan informasi melalui literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, yang dapat diperoleh dari buku-buku, jurnal, internet dan lain-lain.
- b. Kuesioner, penulis membuat daftar pertanyaan yang relevan dengan penelitian yang dilakukan. Jawaban atas pertanyaan ini digunakan sebagai pelengkap dan pendukung kebenaran data-data yang ada.

Sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sugiyono (2019:137) menyatakan bahwa sumber data primer merupakan sumber yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan kuesioner. Jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kuesioner tertutup. Menurut Alba (2017) kuesioner tertutup merupakan kuesioner yang setiap pertanyaan yang diberikan kepada responden sudah dalam bentuk pilihan ganda sehingga responden tidak diberikan kesempatan mengeluarkan pendapat dan responden hanya akan memberi tanda koreksi pada pilihan jawaban yang sesuai dengan pemikiran responden.

### **3.6 Uji Instrumen**

Instrument penelitian merupakan alat untuk mengukur nilai variabel yang diteliti guna memperoleh data pendukung dalam melakukan suatu penelitian. Uji validitas dan realibilitas merupakan uji yang dilakukan terhadap instrument penelitian. Kedua uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah setiap instrument penelitian layak untuk dipakai dalam penelitian. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah beberapa daftar pertanyaan atau pernyataan kuisisioner yang diberikan kepada masing-masing responden yang menjadi sampel dalam penelitian.

Instrument penelitian dalam metode kuesioner disusun berdasarkan indikator yang telah dijabarkan dalam tabel operasional variabel sehingga pertanyaan yang akan diajukan kepada responden dapat terukur. Sakala pengukuran yang digunakan dalam kuisisioner penelitian ini adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2019:133)

skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai ukuran dari sangat positif sampai negatif. Adapun alternatif jawaban dengan menggunakan skala likert yaitu dengan memberikan skor pada setiap jawaban pertanyaan alternatif sebagai berikut:

**Tabel 3. 4 Alternatif Jawaban Skala Likert**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2019: 160)

### **3.6.1 Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah instrumen atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen atau kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018:51). Uji signifikansi dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel. Di dalam menentukan layak dan tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 yang artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau variabel tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya, jika  $r$  hitung lebih kecil dari  $r$  tabel, maka butir atau pertanyaan atau variabel tersebut dinyatakan tidak valid.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45) reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran dari kuesioner dalam penggunaan yang berulang. Jawaban responden terhadap pertanyaan dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak. Dalam mencari reliabilitas dalam penelitian ini penulis menggunakan teknis *Cronbach Alpha* untuk menguji reliabilitas, alat ukur yaitu *E-Service Quality* ( $X_1$ ) dan *E-Trust* ( $X_2$ ) dan Niat Beli Ulang ( $Y$ ). Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagaimana dinyatakan oleh Ghazali (2018:46), yaitu jika koefisien *Cronbach Alpha*  $> 0,70$  maka pertanyaan dinyatakan andal atau suatu konstruk maupun variabel dinyatakan reliabel. Sebaliknya, jika koefisien *Cronbach Alpha*  $< 0,70$  maka pertanyaan dinyatakan tidak andal. Perhitungan reliabilitas formulasi *Cronbach Alpha* ini dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS 22. Kriteria Realibilitas dalam bentuk tabel sebagaimana berikut:

**Tabel 3.5 Tingkat Reliabilitas**

<b>Koefisien Reliabilitas</b>	<b>Kriteria</b>
$> 0,9$	Sangat Reliabel
$0,7 - 0,9$	Reliabel
$0,4 - 0,7$	Cukup Reliabel
$0,2 - 0,4$	Kurang Reliabel
$< 0,2$	Tidak Reliabel

Sumber: Imam Ghazali (2018)

### 3.7 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Teknik analisis data adalah kegiatan analisis pada suatu penelitian yang dikerjakan dengan memeriksa seluruh data dari instrumen penelitian, seperti catatan, dokumen, hasil tes, rekaman, dan lain-lain. Kegiatan ini dilakukan agar data lebih mudah dipahami, sehingga diperoleh suatu kesimpulan. (Sidik Priadana, 2021:201)

Analisis data adalah metode dalam memproses data menjadi informasi. Hipotesis yang dinyatakan dalam penelitian tentunya berbeda-beda sehingga hasil yang diperoleh juga akan berbeda. Tujuan dilakukannya pengujian hipotesis adalah untuk menentukan akurasi dari masing-masing hipotesis penelitian terhadap kenyataan dari data yang dikumpulkan para peneliti.

#### 3.7.1 Analisis Deskriptif

Menurut Ghozali (2018:19), menyatakan bahwa Analisis deskriptif menggambarkan atau mendeskripsikan suatu data yang dilihat dari nilai rata – rata (*mean*), modus, median, standar deviasi, minimum dan maksimum. Analisis deskriptif merupakan suatu statistik yang menggambarkan atau mendeskripsikan data menjadi sebuah informasi yang lebih jelas dan mudah dipahami. Pada penelitian ini, deskripsi data dari responden dijelaskan dari kuisioner penelitian yang memberikan hasil dari jawaban responden.

Setiap jawaban responden memiliki skor. Nantinya akan diperoleh nilai rata-rata dari skor tersebut. Nilai rata-rata yang diperoleh akan disesuaikan dengan *range score* yang telah dihitung untuk mengetahui keterangan dari butir pernyataan. *Range score* yang telah dihitung dapat dilihat pada Tabel 3.5.

**Tabel 3.6 Mean Range Score**

<b>Interval Mean</b>	<b>Kategori</b>
<b>1,00 -1,79</b>	<b>Sangat Tidak Setuju (STS)</b>
<b>1,80 – 2,59</b>	<b>Tidak Setuju (TS)</b>
<b>2,60 – 3,39</b>	<b>Netral (N)</b>
<b>3,40 – 4,19</b>	<b>Setuju (S)</b>
<b>4,20 – 5,00</b>	<b>Sangat Setuju (SS)</b>

### **3.7.2 Analisis Verifikatif**

Verifikatif menurut Sugiyono (2018:36) adalah suatu Penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Analisis verifikatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori dan penelitian akan coba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak (Sugiyono, 2018:54). Dalam penelitian ini untuk mengetahui hasil yang berkaitan dengan *E-Service Quality* ( $X_1$ ) dan *E-Trust* ( $X_2$ ) dan Niat Beli Ulang ( $Y$ ).

### **3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda digunakan sebagai alat analisis statistik karena penelitian ini dirancang untuk meneliti variabel-variabel yang mempengaruhi dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji regresi linier berganda merupakan bentuk analisis regresi linier yang variabel independen ( $X$ ) lebih dari satu dan digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel independen ( $X$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ).

Menurut Sugiyono (2019:192), Rumus uji regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Variabel Dependen

a = Konstanta

$b_1X_1$  = Koefisien arah regresi yang menyatakan perubahan nilai Y apabila terjadi perubahan nilai  $X_1$

$b_2X_2$  = Variabel Independen  $X_2$

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara :

$H_0$  : Tidak ada hubungan antara variabel X dengan variabel Y.

$H_a$  : Ada hubungan antara variabel X dengan variabel Y.

Jika probabilitas (Sig) < 0,05 (Alpha) maka  $H_0$  ditolak. Jika probabilitas (Sig) > 0,05 (Alpha) maka  $H_0$  diterima.

Pengujian regresi linier berganda dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution* versi 22).

#### 3.7.4 Uji Hipotesis

Jika sebuah model regresi sudah memenuhi syarat asumsi klasik maka akan digunakan untuk menganalisis, melalui pengujian hipotesis yaitu Uji Signifikansi Parsial (Uji-t). Menurut Ghozali (2018), uji t bertujuan untuk menguji bagaimana pengaruh secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian ini

dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu *E-Service Quality* ( $X_1$ ) dan *E-Trust* ( $X_2$ ) memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (Y) yaitu Niat Beli Ulang. Penelitian ini dilakukan dengan tingkat signifikansi 5 persen atau 0,05.

1.  $H_0 : \beta_i \leq 0$ , artinya variabel bebas yaitu berupa *E-Service Quality* ( $X_1$ ) dan *E-Trust* ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel terikat (Y) yaitu Niat Beli Ulang
2.  $H_a : \beta_i > 0$ , artinya variabel bebas yaitu berupa *E-Service Quality* ( $X_1$ ) dan *E-Trust* ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y) yaitu Niat Beli Ulang.

Kriteria penerimaan atau penolakan  $H_0$  yaitu sebagai berikut:

1.  $H_0$  diterima jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau  $\text{sig } t \geq \alpha$  (0,05)
2.  $H_0$  ditolak jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $\text{sig } t < \alpha$  (0,0)

### 3.7.5 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghozali (2018), uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada dasarnya mengukur proporsi atau persentase sumbangan variabel independen yaitu Lingkungan Kerja (X) terhadap variasi naik turunnya variabel dependen yaitu, Kinerja (Y) secara serempak, dimana  $0 \leq R^2 \leq 1$ . Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018).

Dalam penggunaannya, koefisien determinasi ini dinyatakan dalam persentase dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

R = Koefisien korelasi