

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian adalah langkah-langkah yang dimiliki dan dilakukan oleh seorang peneliti untuk mengumpulkan informasi atau data dan melakukan penelitian berdasarkan data yang diperoleh. Metode penelitian memberikan gambaran tentang rancangan penelitian, antara lain meliputi prosedur dan langkah-langkah yang akan dilakukan, waktu penelitian, sumber data, dan prosedur apa yang dilakukan untuk mengolah data tersebut. Yang didapatkan, proses, dan analisis.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode verifikatif. Metode deskriptif adalah metode statistika yang digunakan untuk menganalisa data dan mendeskriptifkan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2017:29). Metode verifikatif menurut Sugiyono (2017:36) adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori dan akan mencoba menghasilkan metode ilmiah yakni status hipotesa yang berupa kesimpulan, apakah suatu hipotesa diterima atau ditolak. Metode penelitian deskriptif yang digunakan peneliti untuk menjawab perumusan masalah nomor satu, nomor dua, dan nomor tiga yaitu

1. Bagaimana tanggapan pelanggan terhadap *e-service quality* pada situs *e-commerce* Blibli.com

2. Bagaimana tanggapan pelanggan terhadap harga pada situs e-commerce Blibli.com
3. Bagaimana kepuasan pelanggan pada situs e-commerce Blibli.com

Metode penelitian verifikatif digunakan untuk menjawab perumusan masalah nomor 4 yaitu seberapa besar pengaruh e-service quality dan harga terhadap kepuasan pelanggan Blibl.com pada mahasiswa Program Studi Manajemen FEB Unpas Bandung baik secara simultan maupun parsial.

3.2 Definisi Variabel Penelitian dan Operasional Variabel Penelitian

Definisi variabel merupakan penjabaran variabel mengenai makna batasan sejauh mana penelitian tersebut akan dilakukan. Operasional variabel diperlukan untuk mengubah masalah yang diteliti berupa variabel. Dengan variabel-variabel inilah peneliti bisa mengolah sehingga dapat diketahui cara memecahkan masalah. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini meliputi variabel (X1) *E-Service Quality*, variabel (X2) yaitu Harga, variabel (Y) yaitu Kepuasan Pelanggan. Dimana masing-masing variabel didefinisikan dan dibuat operasional variabennya.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian, variabel penelitian merupakan salah satu faktor yang penting dan perlu diperhatikan oleh peneliti dalam melakukan penelitiannya. Variabel merupakan penjelesan tentang variabel-variabel yang akan diteliti untuk menetapkan mana variabel bebas (*independent variable*), dan variabel terikat (*dependent variable*). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua variabel bebas (*independent*), dan satu variabel terikat (*dependent*). Berdasarkan judul penelitian yaitu: “Pengaruh *E-Service Quality* dan Harga terhadap Kepuasan

Pelanggan” maka penulis akan melakukan penjelasan mengenai masing-masing variabel yang digunakan, yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

variabel yang mempengaruhi variabel lainnya atau variabel yang diduga sebagai penyebab dari variabel lain. Variabel bebas dinyatakan dalam bentuk “X” di mana *E-Service Quality* (X1) dan Harga sebagai (X2). Adapun variabel-variabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. *E-Service Quality* : Menurut Abid & Dinalestari, (2019). *E-service quality* atau kualitas pelayanan elektronik memiliki arti yakni suatu pelayanan yang diberikan atau pun ditawarkan oleh pelaku bisnis online ke konsumen online-nya sebagai suatu perluasan dari kemampuan sebuah situs aplikasi dan atau website dalam memfasilitasi kegiatan pembelian, serta pendistribusian yang efektif dan efisien.
- b. Harga : Menurut Widiyanto, Pujiarti (2021:14) Harga adalah sebuah nilai yang dinyatakan dalam suatu mata uang atau alat tukar yang ada didalam suatu wilayah yang bernilai dapat diperlukan untuk mendapatkan suatu produk.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Maka yang menjadi variabel terikat dalam penelitaian ini adalah Kepuasan Pelanggan. Menurut Tjiptono (2019)

kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perbandingan antara ekspektasi sebelum pembelian dengan persepsi kinerja pasca pembelian.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasional variabel adalah penarikan batasan yang lebih menjelaskan ciri-ciri spesifik yang lebih substansial dari suatu konsep, tujuannya agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya. Di samping itu, tujuan lainnya adalah memberikan kemudahan kepada peneliti untuk mengidentifikasi variabel penelitian.

Sesuai dengan judul penelitian yaitu pengaruh *e-service quality* dan harga terhadap kepuasan pelanggan, maka terdapat tiga variabel yang dapat peneliti gunakan untuk menetapkan dimensi variabel, kemudian dikembangkan menjadi indikator-indikator lalu diperluas lagi menjadi item-item pertanyaan atau pernyataan yang akan digunakan dalam pembuatan kuesioner. Dapat dilihat secara rinci operasionalisasi variabel pada tabel 3.1 dibawah ini :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

| Konsep Variabel | Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala | No Item |
|--|-------------------------|---|--|---------|---------|
| <i>E-Service Quality</i> (X1) <i>e-service quality</i> adalah suatu pelayanan yang diberikan ataupun ditawarkan | Effisiensi (Efficiency) | Kemudahan dalam menemukan barang yang diinginkan | Tingkat Kemudahan dalam menemukan barang yang diinginkan | Ordinal | 1 |
| | | Kemudahan dalam melakukan registrasi atau pendaftaran | Tingkat kemudahan dalam melakukan registrasi atau | Ordinal | 2 |

| Konsep Variabel | Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala | No Item |
|--|---|---|---|--------------|----------------|
| <p>oleh pelaku bisnis online ke konsumen onlinenya sebagai suatu perluasan dari kemampuan sebuah situs aplikasi atau website dalam memfasilitasi kegiatan pembelian, serta pendistribusian yang efektif dan efisien.</p> <p>Parasurman dalam Rizal (2019)</p> | | akun secara online | pendaftaran akun secara online | | |
| | Ketersediaan Sistem (System Availibility) | Kemudahan konsumen untuk mengakses Blibli.com | Tingkat kemudahan untuk mengakses Blibli.com | ordinal | 3 |
| | | Kelengkapan fitur / katalog pada situs ecommerce Blibli.com | Tingkat Kelengkapan fitur / katalog pada situs ecommerce Blibli.com | ordinal | 4 |
| | Pemenuhan (Fulfilment) | Kelengkapan produk yang disediakan oleh Blibli.com | Tingkat kelengkapan produk yang disediakan oleh Blibli.com | ordinal | 5 |
| | | Ketepatan dalam pengiriman produk sesuai dengan waktu yang dijanjikan | Tingkat ketepatan dalam pengiriman produk sesuai dengan waktu yang dijanjikan | ordinal | 6 |
| | Privasi (Privacy) | Keamanan dalam melakukan transaksi jual beli online. | Tingkat keamanan dalam melakukan transaksi jual beli online. | Ordinal | 7 |
| | | Perlindungan data pribadi dan keuangan konsumen | Tingkat Perlindungan data pribadi | ordinal | 8 |

| Konsep Variabel | Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala | No Item |
|-----------------|-------------------------------------|---|---|---------|---------|
| | | | dan keuangan konsumen | | |
| | Tanggapan (<i>Responsiveness</i>) | Ketersediaan <i>customer Service</i> memberikan pelayanan dengan sigap dan tanggap | Tingkat ketersediaan <i>customer Service</i> memberikan pelayanan dengan sigap dan tanggap | Ordinal | 9 |
| | | Inisiatif <i>customer service</i> dalam membantu pelanggan | Tingkat Inisiatif <i>customer service</i> dalam membantu pelanggan | Ordinal | 10 |
| | Kompensasi (Compensation) | Kemampuan Blibli.com dalam mengembalikan uang jika terjadi masalah (membatalkan pesanan atau produk tidak sesuai) | Tingkat kemampuan Blibli.com dalam mengembalikan uang jika terjadi masalah (membatalkan pesanan atau produk tidak sesuai) | Ordinal | 11 |
| | | Kemampuan Blibli.com dalam mengembalikan biaya pengiriman jika barang tidak sampai | Tingkat Kemampuan Blibli.com dalam mengembalikan biaya pengiriman jika barang tidak sampai | Ordinal | 12 |

| Konsep Variabel | Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala | No Item |
|---|---|--|---|---------|---------|
| | Kontak (Contact) | Ketersediaan customer service dalam memenuhi keinginan pelanggan | Tingkat ketersediaan customer service dalam memenuhi keinginan pelanggan. | Ordinal | 13 |
| | | Ketersediaan layanan Telepon, email pada situs Blibli.com | Tingkat Ketersediaan layanan Telepon, email pada situs Blibli.com | Ordinal | 14 |
| <p>Harga (X2)</p> <p>Harga adalah nilai yang dinyatakan dalam suatu mata uang atau alat tukar, terhadap suatu produk tertentu.</p> <p>Kotler dan Armstrong (2021:14)</p> | Keterjangkauan Harga | Harga produk yang ditawarkan terjangkau | Tingkat harga produk yang ditawarkan terjangkau | Ordinal | 15 |
| | | Harga produk sesuai dengan kemampuan pelanggan | Tingkat harga produk sesuai dengan kemampuan pelanggan | Ordinal | 16 |
| | Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk | Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk menurut review konsumen | Tingkat Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk menurut review konsumen | Ordinal | 17 |
| | | Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang ditampilkan pada foto | Tingkat Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang ditampilkan | Ordinal | 18 |

| Konsep Variabel | Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala | No Item |
|--|---------------------------------|---|---|---------|---------|
| | | serta deskripsi produk | pada foto serta deskripsi produk | | |
| | Kesesuaian Harga dengan Manfaat | Harga sesuai dengan kebutuhan | Tingkat Harga sesuai dengan kebutuhan | Ordinal | 19 |
| | | Harga sesuai dengan manfaat yang diberikan menurut reiew konsumen | Tingkat Harga sesuai dengan manfaat yang diberikan menurut reiew konsumen | Ordinal | 20 |
| | Daya Saing | Potongan harga yang ditawarkan pesaing lebih besar | Tingkat Potongan harga yang ditawarkan pesaing lebih besar | Ordinal | 21 |
| | | Harga yang ditawarkan pesaing lebih murah | Harga yang ditawarkan pesaing lebih murah | Ordinal | 22 |
| Kepuasan Pelanggan (Y) Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perbandingan antara ekspektasi | Harapan | Kepuasan atas terpenuhinya keinginan konsumen | Tingkat Kepuasan atas terpenuhinya keinginan konsumen | Ordinal | 23 |
| | | Kepuasan atas kemudahan dalam pemesanan | Tingkat Kepuasan atas kemudahan dalam pemesanan | Ordinal | 24 |

| Konsep Variabel | Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala | No Item |
|--|----------------|--|--|--------------|----------------|
| sebelum pembelian dengan persepsi kinerja pasca pembelian Priansa (2019) | Kinerja | Kepuasan atas kemudahan mengakses website Blibli.com | Tingkat kepuasan atas kemudahan mengakses website Blibli.com | Ordinal | 25 |
| | | Kepuasan terhadap kualitas pelayanan | Tingkat kepuasan terhadap kualitas pelayanan | Ordinal | 26 |

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

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.

3.3.1 Populasi

Populasi adalah sekumpulan objek yang ditentukan melalui kriteria dan dapat dikategorikan kedalam objek tersebut berupa manusia. Hal ini selaras dengan pernyataan Sugiyono (2017:80) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penentuan populasi merupakan tahapan penting dalam

penelitian karena populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi suatu penelitian.

Populasi dalam penelitian ini yang akan menjadi populasi adalah mahasiswa/i aktif Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung pada tahun 2018-2022 berikut adalah populasinya :

Tabel 3.2
Jumlah Mahasiswa/I Aktif Prodi Manajemen Tahun 2018-2021

| No. | Program Studi | Jumlah |
|-----|-------------------------|--------|
| 1. | Manajemen Angkatan 2018 | 85 |
| 2. | Manajemen Angkatan 2019 | 338 |
| 3. | Manajemen Angkatan 2020 | 282 |
| 4. | Manajemen Angkatan 2021 | 313 |
| 5. | Manajemen Angkatan 2022 | 425 |
| | Jumlah | 1453 |

Sumber : SBAP akultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung

3.3.2 Sampel

Pengambilan sampel penelitian dalam suatu penelitian harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh dan bersifat representatif, rtinya dapat mewakili karakteristik dari populasi penelitian secara keseluruhan, atau dapat menggambarkan keadaan sebenarnya. Sampel merupakan sebagian populasi yang dianggap representatif yang diambil dengan teknik tertentu. 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 :

$$n = \frac{N}{1 + N}$$

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

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 1.453 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:

$$n = \frac{1.453}{1 + 1.453 (0,1)^2} = 99,93$$

Berdasarkan perhitungan di atas, peneliti memiliki perolehan ukuran sampel (n) dalam penelitian ini sebanyak 99,93% dibulatkan menjadi 100 orang. Jumlah tersebut akan dijadikan sebagai ukuran sampel penelitian pada mahasiswa Manajemen Universitas Pasundan Bandung *customer e-commerce* Blibli.com. Dimana responden tersebut akan diberikan kuisisioner elektronik yang akan disebarakan melalui *media social*.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengumpulan sampel untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah

non probability sampling. Menurut Sugiyono (2018:131) *nonprobability sampling* adalah teknik sampling yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama 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. Mahasiswa/i Manajemen Universitas Pasundan Bandung yang sudah pernah melakukan pembelian atau transaksi minimal satu kali transaksi dalam melakukan transaksi sebagai pembeli.
2. Pelanggan Blibli.com pada mahasiswa berdomisili asli di Kota Bandung.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan 2 teknik yaitu penelitian lapangan (*field research*) untuk mendapatkan data primer dan penelitian kepustakaan (*library research*) untuk mendapatkan data sekunder, dapat dilihat sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Dalam penelitian lapangan ini penulis memperoleh data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh berdasarkan survei lapangan yang dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung. Hal ini bertujuan untuk memperoleh data yang akurat. Data primer diperoleh melalui beberapa cara sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan yang harus diteliti, dan apabila peneliti juga ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit Sugiyono (2017:194). Wawancara dilakukan melalui tanya jawab dengan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.

b. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya Sugiyono (2017:142). Tujuan dari kuisisioner yaitu memperoleh informasi-informasi yang relevan mengenai variabel-variabel penelitian yang akan diukur dalam penelitian ini. Pada penelitian ini peneliti menggunakan kuisisioner elektronik, dimana kuisisioner elektronik akan dibagikan pada sampel dengan menggunakan google form. Kuisisioner elektronik diberikan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung secara online disebarakan melalui media

sosial sehingga responden cukup meng-klik link yang lalu kemudian langsung dapat mengisi kusioner tersebut.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Dalam penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data sekunder. Data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Dalam studi kepustakaan ini peneliti mengumpulkan dan mempelajari berbagai teori dan konsep dasar yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Teori dan konsep dasar tersebut diperoleh dengan cara menelaah berbagai macam sumber seperti buku, jurnal, dan bahan bacaan yang relevan.

b. Riset Internet (*Online Riset*)

Teknik pengumpulan data yang berasal dari situs-situs atau website yang berhubungan dengan berbagai informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat kekonsistenan pengukur dari satu

responden ke responden yang lain atau sejauh mana pernyataan dapat dipahami dan tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan.

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Teknik uji yang digunakan adalah teknik korelasi melalui koefisien korelasi Product Moment. Skor ordinal dari setiap item pertanyaan yang diuji validitasnya dikorelasikan dengan skor ordinal keseluruhan item. Jika koefisien korelasi tersebut positif, maka item tersebut dinyatakan valid, sedangkan jika negatif maka item tersebut dinyatakan tidak valid dan akan dikeluarkan dari kuesioner atau diganti dengan pernyataan perbaikan. Cara mencari nilai korelasi adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi

n = Jumlah responden

$\sum X$ = Jumlah skor item instrumen

$\sum Y$ = Jumlah total skor jawaban

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total skor jawaban

$\sum XY$ = Jumlah perkalian skor jawaban suatu item dengan total skor

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Sugiono (2017:2015) menyatakan bahwa syarat minimum untuk suatu butir instrumen atau pernyataan dianggap valid adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 ke atas. Maka dari itu, semua instrumen atau pernyataan yang memiliki tingkat korelasi di bawah 0,3 harus di perbaiki karena dianggap tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil output SPSS pada tabel dengan judul item-Total Statistic. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *corrected item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan.

3.5.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya (dapat diandalkan) atau dengan kata lain menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten jika dapat dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Menurut Sugiyono (2016:177) mengemukakan bahwa reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan-pertanyaan yang sudah memenuhi uji validitas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah

split-half yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pada item pernyataan yang ganjil dengan total skor pernyataan yang genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus spearman brown yang peneliti sajikan sebagai berikut:

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan dalam kelompok ganjil dan genap.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok ganjil dan genap.
3. Korelasi skor kelompok ganjil dan kelompok genap dengan rumus yang disajikan sebagai berikut:

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

Keterangan :

r_{AB} = Korelasi Pearson Product Moment

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

$\sum A$ = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$ = Jumlah total skor belahan genap

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

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

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

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

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

Keterangan :

r = Nilai reliabilitas

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

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen (r_b hitung), nilai reliabilitas instrumen (r_b hitung) tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata sehingga akan memunculkan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan reliabel.
- b. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Berdasarkan pernyataan di atas setelah dinyatakan valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas, hal tersebut juga dapat diartikan bahwa suatu alat ukur harus konsisten sehingga untuk mengetahui kekonsistennannya dilakukanlah uji reliabilitas ini, berkenaan dengan hal tersebut keandalan suatu alat ukur dilihat dengan menggunakan pendekatan secara statistika yaitu melalui koefisien reliabilitas, yang dapat dilihat bahwa apabila koefisien reliabilitas dari instrumen penelitian lebih besar dari 0,7 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Analisis data pada kuantitatif merupakan hasil pengolahan data atas jawaban yang diberikan responden terhadap pernyataan dari setiap item kuesioner. Setelah data dari seluruh responden terkumpul, maka peneliti melakukan

pengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah. Analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan, karena analisis data yang dikumpulkan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen yaitu *e-service quality* dan harga terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan

3.6.1 Analisis Deskriptif

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan mengenai fakta-fakta yang ada secara faktual dan sistematis. Metode yang digunakan adalah sebagai berikut : hasil pengoperasian variabel disusun pada bentuk pertanyaan pertanyaan (kuesioner/angket). Dimana *e-service quality* (X1), Harga (X2), dan Kepuasan pelanggan (Y) setiap item dari kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot/nilai yang berbeda.

yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Untuk mendeskripsikan data dari setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk kedalam kategori sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Untuk lebih jelas berikut cara perhitungannya :

$$\frac{\sum \text{Jawaban Kuesioner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}} = \text{Skor Rata - rata}$$

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

$$\text{Rentang Skor} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Nilai}}$$

Keterangan:

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

$$\text{Rentang Skor} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

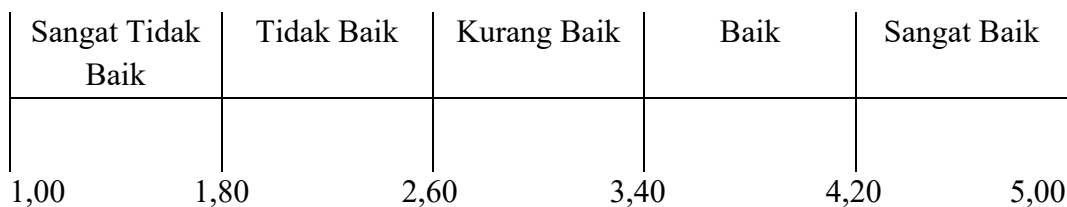
Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat diketahui kategori skala tabel sebagai berikut:

Tabel 3.3
Kategori Skala

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

Sumber : Sugiyono (2018 :34)

Setelah nilai rata – rata jawaban telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontinum sebagai berikut:



Sumber Sugiyono (2018)

Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Penelitian ini menggunakan penelitian analisis verifikatif dimana untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat yang menggunakan perhitungan statistik. Yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh e-service quality dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Sugiyono (2018:56) analisis verifikatif adalah suatu penelitian yang digunakan untuk menguji teori dan penelitian yang menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak. Analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode berikut ini :

3.6.2.1 *Method of Successive Internal (MSI)*

Data *Method Of Succeshive Interval* merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Data yang didapatkan dari penelitian ini berupa data yang berskala ordinal. Agar memudahkan dalam pengolahan data maka data harus terlebih dahulu diubah menjadi data berskala interval. Untuk data yang berskala ordinal perlu diubah menjadi interval dengan teknik. *Method Of Succeshive Interval*. Langkah – langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Menentukan frekuensi tiap responden (berdasarkan kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap pertanyaan).
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.
6. Menentukan nilai Skala (scale value/SV)

$$SV = \frac{\text{Density at lowe limit} - \text{Density at upper limit}}{\text{re under upper limit} - \text{Are under lower limit}}$$

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

$$Y = sv + (k)$$

$$K = 1 (Svmin)$$

Untuk memudahkan dan mempercepat proses perubahan data dari skala ordinal ke dalam skala interval, maka penulis menggunakan media komputerisasi dengan menggunakan program SPSS (Statistical Package for Social Science).

3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini digunakan analisis regresi linear berganda Karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Persamaan regresi linear berganda Dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan Pelanggan

α = Bilangan konstanta

b1= Koefisien regresi

b2 = Koefisien regresi

X_1 = E-Service Quality

X_2 = Harga

e = Tingkat kesalahan (standard eror)

3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau hubungan *e-service quality* (X_1) harga (X_2), dan kepuasan pelanggan (Y). Analisis ini bertujuan untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain yakni variabel X terhadap variabel Y .

$$R^2 = \frac{Jk(reg)}{\sum Y^2}$$

Dimana :

R^2 = Koefisien korelasi berganda

$Jk(reg)$ = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

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

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

Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1, X_2 dan variabel Y

Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan antar variabel negative

Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi

Pengaruh kuat atau tidaknya antar variabel maka dapat dilihat pada Tabel dibawah ini

Tabel 3.4
Taksiran Besarnya Koefisien Kolerasi

| Interval Koefisien | Tingkatat Hubungan |
|--------------------|--------------------|
| 0,000-0,199 | Sangat Rendah |
| 0,200-0,399 | Rendah |
| 0,400-0,599 | Sedang |
| 0,600-0,799 | Kuat |
| 0,800-0,999 | Sangat Kuat |

Sumber : Sugiyono (2017:184)

3.7 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat dugaan sementara karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh *e-service quality* (X_1), harga (X_2), terhadap kepuasan pelanggan (Y), secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1)

3.7.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel terikat. Untuk menguji kedua hipotesis ini digunakan uji statistik F. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan output SPSS, dengan kriteria pengujian hipotesis dengan tingkat signifikansi (α) = 0,1 artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10%, ditentukan sebagai berikut:

HO : $\beta_1, \beta_2 = 0$, Tidak dapat pengaruh E-Service Quality dan Harga terhadap Proses Kepuasan Pelanggan.

Ha : $\beta_1, \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh E-Service Quality dan Harga terhadap Proses Kepuasan Pelanggan.

Pasangan hipotesis tersebut kemudian di uji untuk mengetahui apakah hipotesis ditolak atau diterima. Untuk pengujian uji signifikan koefisien berganda digunakan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan:

R^2 = Kuadrat koefisien korelasi ganda

K = Banyaknya variabel bebas

n = Ukuran sampel

F = *Fhitung* yang selanjutnya dibandingkan dengan *Ftabel*

(n-k-1) = Derajat kebebasan

Berdasarkan perhitungan tersebut maka akan diperoleh distribusi F dengan pembilang (K) dan penyebut (n-k-1) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima. (signifikan)
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan sebaliknya H_a ditolak. (tidak signifikan)

3.7.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. Hipotesis parsial yang dikemukakan dapat menjabarkan sebagai berikut:

1. *E-service quality* terhadap kepuasan pelanggan
 - a. $H_0 : b_1 = 0$, tidak terdapat pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan
 - b. $H_a : b_1 \neq 0$, terdapat pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan
2. Harga terhadap proses kepuasan pelanggan
 - a. $H_0 : b_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan .
 - b. $H_a : b_2 \neq 0$, terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.

Untuk menghitung pengaruh parsial tersebut maka digunakan lah T-test dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

t-hitung = Statistik uji korelasi

n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

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

1. Apabila $T_{hitung} > T_{tabel} (\alpha) = 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Apabila $T_{hitung} < T_{tabel} (\alpha) = 0,1$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

3.7.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh X_1 (*e-service quality*) dan X_2 (harga) terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, menggunakan rumus sebagai berikut:

1. Analisis Koefisien Determinasi simultan

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase X_1 (*e-service quality*) dan X_2 (harga) terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien kolerasinya yang dapat diketahui menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

R^2 = Kuadrat dari kolerasi ganda

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

2. Analisis koefisien determinasi parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk menentukan besaran pengaruh salah satu variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi parsial yaitu :

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

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

β = Nilai standardized coefficients

Zero order = Korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

Kriteria – kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

1. Kd = 0, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, rendah
2. Kd = 1, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat

3.8 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan instrumen data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel *e-service quality* dan harga terhadap kepuasan pelanggan sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang membawa ke responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang telah disediakan. Responden tinggal memilih pernyataan yang sudah disediakan peneliti seperti adanya terdapat pilihan sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Responden tinggal memilih kolom yang tersedia dari pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti.

3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian peneliti dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung, jlnn Tamansari 6-8 Bandung kepada Mahasiswa/I aktif Program Studi Manajemen yang pernah berbelanja atau menggunakan Bibli.