

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2017:2). Data yang didapatkan dari penelitian dapat digunakan untuk mengungkapkan, menggambarkan, dan menyimpulkan hasil pemecahan dari suatu masalah. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2020:16).

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode survey. Metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu, tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan menyebarkan kuesioner, wawancara terstruktur, dan sebagainya (Sugiyono, 2020:15). Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2020:147), penelitian deskriptif adalah penelitian dengan metode untuk menggambarkan suatu hasil penelitian. Dalam penelitian deskriptif data dapat disajikan dalam bentuk tabel, grafik, uraian singkat, dan lain-lain, sehingga dapat menggambarkan objek penelitian (Sugiyono, 2020:325). Dalam penelitian ini, pendekatan penelitian deskriptif digunakan untuk

menjawab rumusan masalah nomor satu, nomor dua, dan nomor tiga yaitu, untuk mendapatkan jawaban bagaimana tanggapan pengguna mengenai harga (X_1), *electronic service quality* (X_2), dan kepuasan konsumen (Y) pada layanan VoD Vidio Mahasiswa di Kota Bandung.

Menurut Sugiyono (2020,329), penelitian verifikatif adalah penelitian yang digunakan dengan tujuan untuk menguji hipotesis sehingga dapat menghasilkan kesimpulan kredibel. Metode verifikatif diperlukan untuk melakukan pengkajian dalam menjawab permasalahan yang tertera di rumusan masalah pada nomor empat yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga (X_1), *electronic service quality* (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada layanan VoD Vidio.

1.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Secara khusus, variabel penelitian adalah atribut, nilai, atau karakteristik, individu, atau aktivitas yang ditentukan oleh peneliti agak berbeda satu sama lain. Dua variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel *independen* dan variabel *dependen* dalam penelitian ini adalah harga (X_1), kualitas layanan elektronik (X_2), dan kepuasan pelanggan (Y). Variabel-variabel ini kemudian didefinisikan dan dimanipulasi menurut dimensi, metrik, dan ukuran studi.

1.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian 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 kesimpulan Sugiyono (2020:68). Variabel

yang digunakan dalam penelitian ini adalah harga (X_1), kualitas layanan elektronik (X_2), dan kepuasan pelanggan (Y). Adapun masing – masing variabel tersebut didefinisikan sebagai berikut :

1. Variabel Independen (X)

Variabel independen sering disebut sebagai stimulus, *predictor*, *antecedent*, atau variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen Sugiyono (2020:69). Dalam penelitian ini, variabel independen yang digunakan adalah harga (X_1) dan *electronic service quality* (X_2) :

a. Harga (X_1)

Harga adalah satu – satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Sedangkan elemen lainnya menimbulkan atau merupakan biaya menurut Tjiptono (2015:152).

b. *Electronic service quality* (X_2)

E-service is defined as the quality extent to which a website facilitates efficient and effective shopping, purchasing, and delivery atau E-service didefinisikan sebagai sejauh mana kualitas sebuah situs web memfasilitasi berbelanja, pembelian, dan pengiriman dengan efisien dan efektif. Menurut Zeithaml et al. (2017:91).

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen, atau variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas Sugiyono (2020:69). Dalam

penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah kepuasan konsumen (Y). *“Satisfaction is a persons feelings of pleasure of disappointment that result from comparing a product or service’s perceived performance (or ooutcome) to expectations”* atau dapat diartikan Kepuasan adalah perasaan senang atau kekecewaan seseorang yang muncul dari membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dari suatu produk atau layanan dengan harapan yang ada. Kotler dan Keller (2016:153).

1.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, judul yang digunakan adalah "Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Konsumen Layanan Video on Demand Vidio di Kota Bandung". Terdapat tiga variabel yang telah ditetapkan dalam penelitian ini, dan untuk setiap variabel terdapat indikator pengukuran yang kemudian dirumuskan menjadi pernyataan-pernyataan yang akan digunakan dalam kuesioner penelitian. Rincian operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat ditemukan dalam tabel berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
Harga (X₁) harga adalah satu – satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan	Keterjangkauan Harga	Harga layanan sesuai dengan kemampuan konsumen	Tingkat harga layanan yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan konsumen	Ordinal	1
		Harga layanan yang	Tingkat harga	Ordinal	2

Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
<p>an pendapatan</p> <p>Sedangkan elemen lainnya menimbulkan atau merupakan biaya.</p> <p>Tjiptono (2015:152)</p>		ditawarkan terjangkau	layanan yang ditawarkan terjangkau		
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan	Tingkat harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan	Ordinal	3
	Kesesuaian Harga dengan manfaat	Harga sesuai dengan manfaat yang diberikan	Tingkat harga sesuai dengan manfaat yang diberikan	Ordinal	4
		Harga sesuai dengan kebutuhan	Tingkat harga sesuai dengan kebutuhan	Ordinal	5
	Daya Saing Harga	Harga yang dapat bersaing dengan produk/layanan sejenis	Tingkat harga dapat bersaing dengan produk/layanan sejenis	Ordinal	6
<p>Electronic Service Quality (X₂)</p> <p><i>Electronic service quality is defined as the extent to which a website facilitates efficient and effective</i></p>	Efficiency (Efektifitas)	Aplikasi mudah untuk diakses	Tingkat kemudahan aplikasi untuk diakses	Ordinal	7
		Aplikasi memuat halaman dengan cepat	Tingkat kecepatan aplikasi untuk memuat halaman aplikasi	Ordinal	8
	Fulfillment (Pemenuhan)	Aplikasi selalu menepati janji	Tingkat ketepatan aplikasi dalam	Ordinal	9

Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
<i>shopping, purchasing, and delivery</i> (Kualitas layanan elektronik didefinisikan sebagai sejauh mana sebuah situs web memfasilitasi belanja, pembelian, dan pengiriman yang efisien dan efektif.) Zeithaml et al.(2017:91)			menepati janji		
		Aplikasi jujur atas setiap penawaran yang diberikan	Tingkat kejujuran aplikasi atas setiap penawaran yang diberikan	Ordinal	10
	<i>System Availability</i> (Ketersediaan Sistem)	Jarang terjadi kesalahan pada sistem aplikasi	Tingkat sekecil mungkin aplikasi kesalahan pada sistem aplikasi	Ordinal	11
		Aplikasi menjalankan permintaan pembeli pembeli secara akurat	Tingkat keakuratan aplikasi dalam menjalankan permintaan konsumen	Ordinal	12
	<i>Privacy</i> (Privasi)	Aplikasi melindungi informasi mengenai transaksi	Tingkat perlindungan informasi mengenai transaksi	Ordinal	13
		Aplikasi melindungi informasi tentang riwayat tontonan	Tingkat perlindungan informasi mengenai riwayat tontonan	Ordinal	14
	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	Aplikasi mengatasi masalah/keluhan dari pelanggan dengan segera	Tingkat kesigapan penanganan masalah/keluhan dari konsumen	Ordinal	15
		Aplikasi memberitahu apa yang	Tingkat kesigapan aplikasi	Ordinal	16

Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
		dilakukan jika pelanggan mengalami masalah	dalam memberikan informasi mengenai petunjuk apabila pelanggan mengalami masalah		
	Kompensasi (<i>Compensation</i>)	Aplikasi menawarkan <i>refund</i> /retur Ketika pelanggan mengalami masalah	Tingkat kesiapan aplikasi dalam memberikan penawaran <i>refund</i> /retur ketika pelanggan mengalami masalah	Ordinal	17
		Aplikasi menanggapi masalah/keluhan dalam 24 jam	Tingkat kesigapan aplikasi dalam menanggapi masalah/keluhan dalam 24 jam	Ordinal	18
	Kontak (<i>Contact</i>)	Aplikasi menyediakan kontak untuk mengatasi masalah/keluhan	Tingkat ketersediaan kontak untuk mengatasi masalah/keluhan	Ordinal	19
		Aplikasi memiliki <i>customer service</i> yang tersedia secara <i>online</i>	Tingkat ketersediaan aplikasi dalam memiliki <i>customer service</i> yang tersedia secara <i>online</i>	Ordinal	20

Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
Kepuasan Konsumen (Y) <i>Satisfaction is a persons feelings of pleasure of disappointment that result from comparing a product or service's perceived performance (or outcome) to expectations</i> (Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul akibat membandingkan kinerja yang dirasakan dari produk atau layanan dengan harapan yang ada.)	Kinerja (Performance)	Biaya yang ditawarkan oleh pihak perusahaan sesuai dengan hasil yang didapatkan konsumen	Tingkat kesesuaian biaya yang ditawarkan perusahaan terhadap hasil yang didapatkan konsumen	Ordinal	21
		Pelayanan dari pihak perusahaan sesuai dengan performa yang disajikan	Tingkat kesesuaian performa yang diberikan oleh perusahaan	Ordinal	22
	Harapan (Expectation)	Biaya yang ditawarkan perusahaan sesuai dengan hasil yang diharapkan konsumen	Tingkat kesesuaian biaya yang ditawarkan perusahaan terhadap hasil yang diperoleh konsumen	Ordinal	23
		Kualitas pelayanan dari pihak perusahaan sesuai dengan yang digunakan konsumen	Tingkat kesesuaian kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap keinginan konsumen	Ordinal	24

Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
Kotler dan Keller (2016:153)					

Sumber : Data diolah peneliti 2023

Berdasarkan Tabel 3.1 di atas, terdapat pernyataan tentang desain kuesioner. Rancangan angket operasional untuk variabel ini dibuat berdasarkan variabel penelitian, ukuran, indikator dan alat pengukur. Penyusunan kuesioner ini dibagikan kepada responden yang terkait dengan penelitian yang dilakukan.

1.3 Populasi dan Sampel

Penelitian bertujuan untuk mencari solusi bagi berbagai permasalahan yang ada. Solusi-solusi tersebut dapat ditemukan melalui objek dan subjek yang menjadi fokus penelitian. Objek dan subjek penelitian tersebut akan diteliti secara mendalam. Selanjutnya, data yang relevan akan dikumpulkan untuk memecahkan permasalahan-permasalahan yang ada dalam penelitian tersebut. Sugiyono (2017:117) menyatakan bahwa populasi dan sampel dalam penelitian perlu ditetapkan dengan tujuan agar penelitian yang dilakukan benar-benar mendapatkan data sesuai yang diharapkan. Berikut adalah populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

1.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2020:126) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi adalah kumpulan bagian-bagian yang mempunyai peran objek atau milik objek penelitian untuk mendukung pengolahan data. Populasi penelitian ini adalah pengguna layanan *Video on-Demand* Vidio di Kota Bandung yang membeli/berlangganan layanan VoD Vidio. Berkenaan hal tersebut peneliti akan mengurai objek dalam penelitian ini, yang dimana populasinya sebagai berikut:

Tabel 3.2
Jumlah Penduduk di Kota Bandung

No	Tahun	Jumlah Penduduk
1	2018	2.503.780
2	2019	2.507.888
3	2020	2.510.103

Sumber : BPS Kota Bandung

Berdasarkan tabel 3.2 di atas, populasi penelitian merupakan jumlah penduduk di Kota Bandung, yang akan diambil dari tahun terbaru yaitu pada tahun 2020 dengan jumlah penduduk 2.510.103 orang.

1.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017:120), Sampel dalam suatu penelitian merupakan bagian yang terdapat atau dimiliki oleh populasi dan digunakan sebagai suatu pengukuran di mana dari pengukuran ini dapat diketahui seberapa besar sampel yang akan diambil untuk kemudian digunakan pada suatu penelitian. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Terdapat beberapa cara untuk menentukan besar atau jumlah sampel, yaitu dilakukan berdasarkan dengan statistika atau dilakukan berdasarkan pada estimasi penelitian. Sampel yang diambil harus berfungsi atau menggambarkan keadaan sesungguhnya dari populasi itu, dapat dikatakan juga sampel harus menjadi *representatives* atau mewakili (Sugiyono, 2017:81). Sama halnya dengan sampel yang digunakan dalam

penelitian ini yang hanya diambil sebagian dari populasi. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan merupakan sampel dari populasi dengan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir yaitu 10% (0,10). Selanjutnya, Rumus Slovin digunakan untuk menentukan dan menghitung jumlah sampel, yaitu sebagai berikut:

Rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e^2 = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang akan ditolelir

(tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Jumlah populasi (N) yang sebanyak 2.510.103 orang dengan asumsi tingkat kesalahan (e) yang dapat ditolelir 10% dapat dikatakan juga bahwa tingkat keakuratan adalah sebesar 90% maka jumlah sampel yang dijadikan sebagai perwakilan dari populasi adalah :

$$n = \frac{2.510.103}{1 + 92.133(0,1)^2}$$

= 99.9 dibulatkan menjadi 100

Berdasarkan perhitungan di atas dengan tingkat kesalahan 10%, dapat diketahui dan diperoleh bahwa ukuran sampel (n) dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang responden (dibulatkan) dan nanti akan dijadikan ukuran sampel penelitian ini.

1.3.3 Teknik Sampling

Penelitian yang dilakukan selanjutnya yaitu melakukan pengambilan sampel. Terdapat suatu teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel. Teknik tersebut dinamakan teknik sampel. Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel (Sugiyono, 2017:121). Ada dua macam teknik *sampling* yang digunakan dalam mengumpulkan sampel pada suatu penelitian. Menurut Sugiyono (2017:82), terdapat dua teknik *sampling* yang dapat digunakan *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Teknik sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017:82). *Probability sampling* meliputi *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random*, *sampling area (cluster) sampling*.

Pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2017:126) *simple random sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Pendekatan *simple random sampling* yang digunakan dalam penelitian ini karena anggota populasi yaitu pengguna layanan *Video on-Demand* Vidio di Kota Bandung yang pernah melakukan pembelian layanan *video on demand* Vidio memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

1.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik dalam penelitian dilakukan untuk mendapatkan data, informasi serta keterangannya dan bertujuan untuk menjelaskan serta menjabarkan data yang digunakan dalam penelitian. Teknik ini dinamakan dengan teknik pengumpulan data. Sugiyono (2017:137) menyatakan bahwa jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk mendapatkan data primer yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan terhadap objek yang akan diteliti. Data primer tersebut diperoleh melalui :

a. Pengamatan (*Observation*)

Menurut Sugiyono (2016:145), observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dalam penelitian ini, dilakukan pengamatan secara langsung untuk mengumpulkan data yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yakni harga dan *e-service quality*, dan kepuasan konsumen pada pengguna layanan *Video on-Demand Vidio* di Kota Bandung yang pernah melakukan pembelian layanan *video on demand Vidio* memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

b. Wawancara (*Interview*)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan pimpinan atau pihak yang berwenang atau bagian lain yang

berhubungan langsung dengan objek yang diteliti (Sugiyono, 2017:194). Wawancara dilakukan melalui tanya jawab dengan pengguna layanan *Video on-Demand* Vidio di Kota Bandung. Wawancara dilakukan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu mengenai harga, *e-service quality* dan kepuasan konsumen.

c. *Kuesioner Online*

Kuesioner merupakan salah satu teknik dalam mengumpulkan data yang relevan atau memiliki keterkaitan dengan penelitian. Menurut Sugiyono (2017:199), kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan yang berkaitan dengan objek yang diteliti. Kuesioner dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan dan pilihan jawaban yang berkaitan dengan penelitian ini, yakni mengenai harga, *e-service quality* dan kepuasan konsumen. Daftar pernyataan yang telah disusun, kemudian dibuat dengan media *Google Form* dan disebarakan kepada pengguna layanan *Video on-Demand* Vidio di Kota Bandung secara *online* dengan bantuan dari media internet.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Cara lain dalam rangka mengumpulkan data di antaranya berasal dari informasi dan berbagai macam keterangan tambahan lainnya yaitu dilakukan dengan membaca sekaligus mempelajari literatur-literatur yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Hal ini dimaksudkan untuk mendapatkan data sekunder yang dapat menunjang penelitian dan bersifat lebih

teoritis. Literatur yang menjadi bahan acuan dalam penelitian ini adalah jurnal-jurnal terdahulu, internet dan buku yang memiliki hubungan dengan penelitian.

- a. Jurnal penelitian terdahulu, yaitu salah satu cara mengumpulkan data sekunder dengan melakukan pengulasan pada hasil penelitian yang sebelumnya telah dilakukan dan berkaitan dengan penelitian.
- b. Internet, yaitu salah satu cara mengumpulkan data yang berkaitan dengan penelitian. Data-data tersebut dapat berbentuk jurnal ilmiah maupun karya tulis ilmiah dan dipublikasikan melalui internet.
- c. Buku, yaitu salah satu cara mengumpulkan data yang berkaitan dan relevan dengan permasalahan-permasalahan yang dijadikan sebagai topik pada penelitian.

1.5 Uji Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:121), pengujian instrumen penelitian melalui uji validitas dan reliabilitas merupakan syarat yang harus dilakukan dalam penelitian kuantitatif yang bersumber dari data primer menggunakan alat ukur kuesioner. Dalam penelitian ini, digunakan metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengukuran yang diberikan kepada responden terkait. Kuesioner ini dijadikan sumber data primer untuk penelitian ini. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi pengaruh variabel-variabel dalam penelitian ini. Data yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh variabel bebas seperti harga (X_1) dan kualitas layanan elektronik (X_2) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y).

1.5.1 Uji Validitas

Sugiyono (2017:125) menyatakan bahwa validitas adalah derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas dapat digunakan dalam menguji kevalidan dari sebuah item dalam instrumen, dan jika ingin mengetahui sebuah item valid atau tidak dapat diketahui dengan mengkorelasikan skor item (butir) dengan skor total (berdasarkan jumlah item). Apabila suatu instrumen dapat mengukur hal-hal yang sudah seharusnya diukur, maka dapat dikatakan bahwa instrumen tersebut merupakan instrumen yang valid. Jika koefisien item dengan total item sama atau di atas 0,3 maka item itu dapat dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasi item itu di bawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Di bawah ini adalah metode *Pearson Product Moment* yang digunakan untuk mencari nilai dari korelasi item, rumusnya adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_1 y_1 - (\sum x_1)(\sum y_1)}{\sqrt{\{n \sum x_1^2 - (\sum x_1)^2\} \{n \sum y_1^2 - (\sum y_1)^2\}}}$$

r_{xy} = Koefisien korelasi

N = Jumlah Responden

$\sum x_1$ = Jumlah hasil pengamatan variabel x

$\sum y_1$ = Jumlah hasil pengamatan variabel y

$\sum x_1 y_1$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel x dan variabel y

$\sum x_1^2$ = Jumlah kuadrat pada masing – masing skor x

$\sum y_1^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor y

Dasar pengambilan keputusan :

1. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$. maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$. maka instrumen atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

1.5.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan ukuran yang menunjukkan ukuran mana yang dapat dipercaya atau dengan kata lain menunjukkan ukuran mana yang harus dilakukan jika dilakukan pengukuran 2 (dua) kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Menurut Sugiyono (2017:175) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan. Untuk uji reliabilitas digunakan metode *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-rumus *spearman brown*.

Berkenaan dengan hal tersebut peneliti melampirkan rumus-rumus untuk pengujian reliabilitas 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 perolehan dengan rumus sebagai berikut :

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

r_{xy} : 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 total skor ganjil

$\sum B^2$: Jumlah kuadran total skor 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 menurut Sugiyono (2020:187) sebagai berikut:

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

Keterangan

r_i = Nilai reliabilitas internal seluruh instrumen

r_b = Korelasi *product moment* antara belahan pertama (ganjil) dan belahan

kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7.

Kemudian setelah dapat nilai reliabilitas (hitung) maka nilai tersebut dibandingkan dengan tabel yang sesuai dengan jumlah responden dan taraf nyata dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Bila hitung \geq tabel: Instrumen tersebut dikatakan reliabel.
- b. Bila hitung \leq tabel: Instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel.

Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas. Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,7 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

1.6 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul (Sugiyono, 2020:206). Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Metode analisis data dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui hubungan seluruh variabel secara simultan menggunakan uji F dan secara parsial menggunakan uji-t. Penelitian ini mengumpulkan data dengan cara melakukan penyebaran kuesioner dengan memberikan nilai atas jawaban responden dengan skala likert.

Tabel 3. 3
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 (2020:147)

1.6.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2020:325), analisis deskriptif adalah penelitian dengan metode untuk menggambarkan suatu hasil penelitian. Dalam penelitian deskriptif data dapat disajikan dalam bentuk tabel, grafik, uraian singkat, dan lain-lain, sehingga dapat menggambarkan objek penelitian. Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui mengenai kondisi harga (X_1) dan *electronic service quality* (X_2) terhadap proses kepuasan konsumen (Y) pada layanan VoD Vidio, kemudian diklasifikasikan terhadap jumlah total skor responden. Jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Mendeskripsikan data dari setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui tingkat perolehan nilai variabel penelitian. Menetapkan skor rata-rata dilakukan dengan menjumlahkan jawaban kuesioner lalu dibagi jumlah pernyataan dikalikan jumlah responden. Berikut cara perhitungannya :

$$\Sigma p = \frac{\Sigma \text{Jawaban Kuesioner}}{\Sigma \text{Pernyataan} \times \Sigma \text{Responden}} \times 100\% = \text{Skor rata - rata}$$

Setelah diketahui skor rata-rata, kemudian hasil perhitungan tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada ruang skor yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Nilai Jenjang Interval} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Jawaban}}$$

Keterangan :

Skor Minimum : 1

Skor Maksimum : 5

Lebar Skala : 0,8

Maka dapat ditentukan kategori skala sebagai berikut :

1. Jika memiliki kesesuaian 1,00-1,80 maka dikategorikan sangat tidak baik
2. Jika memiliki kesesuaian 1,81-2,60 maka dikategorikan tidak baik
3. Jika memiliki kesesuaian 2,61-3,40 maka dikategorikan kurang baik
4. Jika memiliki kesesuaian 3,41-4,20 maka dikategorikan baik
5. Jika memiliki kesesuaian 4,21-5,00 maka dikategorikan sangat baik

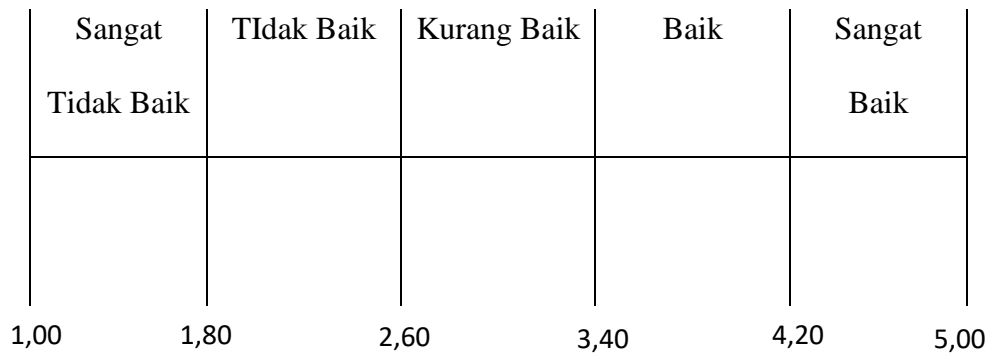
Tafsiran nilai dapat diidentifikasi ke dalam garis kontinum sebagai berikut :

Tabel 3.4
Kategori Tabel

No	Skala	Kategori
1	1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik
2	1,81 – 2,60	Tidak Baik
3	2,61 – 3,40	Kurang Baik
4	3,41 – 4,20	Baik
5	4,21 – 5,00	Sangat Baik

Sumber ; Sugiyono (2020:148)

Setelah ini rata-rata jawaban telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontinum yang peneliti sajikan pada halaman selanjutnya:



Gambar 3.1
Garis Kontinum

1.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif adalah penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk menguji hipotesis sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang kredibel (Sugiyono, 2020:329).

1.6.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2020:213) menyatakan bahwa analisis regresi linear berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikkan atau diturunkan nilainya. Analisis linear berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh secara simultan (bersama-sama) variabel harga (X_1) dan *electronic service quality* (X_2) terhadap proses kepuasan konsumen (Y). Analisis linear berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen apakah masing-masing independen berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen apabila variabel dependen tersebut mengalami perubahan. Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus Sugiyono (2020:258) sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y : Variabel Terikat (Kepuasan Konsumen)

a : Bilangan Konstanta

b₁ : Koefisien Bebas (Harga)

b₂ : Koefisien Bebas (*Electronic Service Quality*)

X₁ : Koefisien Regresi (Harga)

X₂ : Koefisien Regresi (*Electronic Service Quality*)

e : *Error* (Kesalahan)

1.6.2.2 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau hubungan antara variabel harga (X₁) dan *electronic service quality* (X₂) terhadap proses kepuasan pembelian (Y), dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

r² = Koefisien korelasi berganda

JK = Jumlah kuadrat

∑Y² = Jumlah kuadrat total korelasi

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

1. Apabila $r = 1$. Artinya terdapat hubungan antara variabel X_1X_2 dan variabel Y, semua positif sempurna.
2. Apabila $r = -1$. Artinya terdapat hubungan antara variabel X_1X_2 dan variabel Y, semua negatif sempurna.
3. Apabila $r = 0$. Artinya terdapat hubungan korelasi.

Pengaruh kuat atau tidaknya antar variabel maka dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.5
Taksiran besarnya koefisien korelasi

No	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat Rendah
2	0,200 – 0,399	Rendah
3	0,400 – 0,599	Sedang
4	0,600 – 0,799	Kuat
5	0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2020:248)

1.6.3 Uji Hipotesis Statistik

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidak ada pengaruh harga dan *electronic service quality* terhadap kepuasan konsumen secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a).

1.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependennya. Maka dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji statistik F. Uji statistik F pada dasarnya

menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Pengujian ini menggunakan uji F dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Merumuskan Hipotesis

- a. $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$: artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel harga dan *electronic service quality* terhadap kepuasan konsumen.
- b. $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$: artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel harga dan *electronic service quality* terhadap kepuasan konsumen.

2. Menentukan tingkat signifikansi, yaitu 5% atau 0,1 dan derajat bebas dengan rumus $(df) = n - k - 1$, untuk mengetahui daerah F-tabel sebagai batas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis.

3. Menghitung nilai F-hitung untuk mengetahui apakah variabel-variabel koefisien korelasi signifikan atau tidak. Dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

R^2 = Koefisien Korelasi Ganda

k = Jumlah Variabel bebas (Independen)

n = Jumlah anggota sampel

F = F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}

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

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

- a. Tolak H₀ jika F-hitung > F-tabel → H₁ diterima (signifikan)
- b. Tolak H₀ jika F-hitung > F-tabel → H₁ ditolak (tidak signifikan)

1.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji-f)

Hipotesis parsial digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi. Hipotesis parsial dijelaskan dalam bentuk statistik yaitu:

1. H₀ β₁ = 0, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara harga terhadap proses kepuasan konsumen.

H₁ β₁ ≠ 0, artinya terdapat pengaruh signifikan antara harga terhadap proses kepuasan konsumen

2. H₀ β₂ = 0, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *electronic word of mouth* terhadap proses kepuasan konsumen

H₁ β₂ ≠ 0, artinya terdapat pengaruh signifikan antara *electronic word of mouth* terhadap proses kepuasan konsumen

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus uji-t dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,1 dengan tingkat keyakinan 90% dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

t : t-hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan t-tabel

rp : Korelasi parsial yang ditemukan

n : Jumlah sampel

Selanjutnya hasil hipotesis t-hitung dibandingkan dengan t-tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Terima H0 jika t-hitung < t-tabel = H1 diterima (tidak signifikan)
- b. Tolak H0 jika t-hitung > t-tabel = H1 ditolak (signifikan)

Bila hasil pengujian statistik menunjukkan H0 ditolak maka variabel-variabel independen mempunyai pengaruh signifikan dan berlaku sebaliknya.

1.6.3.3 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh pengaruh harga dan *electronic word of mouth* kepuasan konsumen. Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda simultan dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus sebagai berikut :

1. Analisis Koefisien Determinasi Berganda Simultan

Analisis koefisien determinasi berganda simultan digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh harga dan *electronic word of mouth* terhadap proses kepuasan konsumen secara simultan, dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

R² = Koefisien korelasi berganda

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Adapun koefisien determinasi parsial adalah koefisien untuk mengetahui besarnya kontribusi yang diberikan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (terpisah), berikut rumus koefisien determinasi parsial yang peneliti sajikan sebagai berikut:

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

Keterangan:

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

1.7 Rancangan Kuesioner

Menurut Sugiyono (2020:199) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam upaya untuk memahami variabel-variabel yang dianggap penting oleh responden, dilakukan penyusunan kuesioner. Kuesioner tersebut berisi pertanyaan tentang pengaruh harga dan

kualitas *electronic service quality* atau layanan elektronik terhadap kepuasan konsumen, seperti yang telah dijelaskan dalam operasionalisasi variabel penelitian. Responden hanya perlu memilih jawaban yang tersedia dalam kolom yang telah disediakan. Jawaban yang tersedia telah disusun oleh peneliti berdasarkan variabel-variabel yang sedang diteliti dengan menggunakan skala Likert sebagai pedoman.

1.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini mengkaji pengaruh harga dan kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan konsumen Pengguna layanan *video on demand* Vidio di Kota Bandung Penelitian dilakukan secara lokal di Kota Bandung, dengan periode pelaksanaan mulai dari bulan Agustus 2023.