

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan**

Metode penelitian merupakan suatu alat yang di dalam pencapaian tujuannya berguna untuk memecahkan masalah penelitian. Menurut Sugiyono (2021:2) metode penelitian merupakan proses kegiatan dalam bentuk pengumpulan data, analisis dan memberikan interpretasi yang terkait dengan tujuan penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan memecahkan permasalahan yang diteliti dengan cara yang sesuai prosedur penelitian.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada pengguna *E-Commerece* Bukalapak dengan menggunakan metode survey. Menurut Sugiyono (2021:57) pengertian metode survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau koesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk di generalisasikan.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2021:16) metode kuantitatif dapat diartikan metode penelitian yang berlandaskan dengan filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan

instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini berupa informasi yang berhubungan dengan variabel-variabel atau masalah yang akan diteliti. Penelitian yang akan digunakan adalah penelitian bersifat deskriptif dan verifikatif karena metode tersebut dirasa sesuai dan dapat mendukung penelitian. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri (*independen*), baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain yang diteliti dan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan. Sedang penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori, dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis, yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau tidak (Sugiyono, 2021:35).

Penelitian ini metode deskriptif digunakan untuk menjawab rumusan masalah pada nomor satu hingga nomor tiga yaitu Persepsi Kemudahan Layanan (X), Kepuasan Konsumen (Y), Minat Beli Ulang (Z). Sedangkan metode verifikatif yang digunakan berguna untuk menjawab rumusan masalah pada nomor empat hingga nomor enam untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel Persepsi Kemudahan Layanan terhadap Kepuasan Konsumen serta dampaknya pada Minat Beli Ulang pada pengguna *E-Commerece* Bukalapak secara parsial dan simultan.

### 3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam suatu penelitian terdapat variabel yang merupakan permasalahan dalam penelitian. Pengertian variabel penelitian menurut Sugiyono (2021:68) 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. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas, variabel terikat dan variabel intervening. Penelitian yang dilakukan terdapat variabel yang harus ditetapkan sebelum memperoleh atau mulai pengumpulan data. Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dengan penelitian.

Variabel ini melibatkan empat variabel yaitu promosi dan persepsi sebagai variabel independen (Bebas), kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (Penghubung) dan loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen (Terikat). Penjelasan terkait variabel penelitian sebagai berikut:

1. Variabel Bebas/*Independent Variable* (X) menurut Sugiyono (2018:39) variabel bebas (*independen*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependen), yang disimbolkan dengan simbol (X). Variabel bebas dalam penelitian antara lain Persepsi Kemudahan Layanan yang diberi simbol (X).
2. Variabel Penengah/*Intervening Variable* (Y) menurut Sugiyono (2018:40): “Variabel *intervening* (penghubung) adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini

merupakan variabel penyela/antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen”. Variabel penengah atau *Intervening Variable* dalam penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen (Y)

3. Variabel Terikat/ *Dependent Variable* (Z) Menurut Sugiyono (2018:39) variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini antara lain Minat Beli Ulang yang diberi simbol (Z).

Operasionalisasi variabel merupakan unsur penelitian yang terikat dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian dan merupakan alat ukur yang akan digunakan untuk kuantitatif gejala atau variabel yang akan diteliti. Operasionalisasi variabel digunakan untuk mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya.

### **3.2.1 Definisi Variabel Penelitian**

Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2022:67) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Penelitian ini terdapat 3 variabel yaitu Persepsi Kemudahan Layanan (X), Kepuasan Konsumen (Y), dan Minat Beli Ulang (Z). Definisi masing-masing variabel sebagai berikut:

### 1. Persepsi Kemudahan Layanan (X)

Persepsi Kemudahan Layanan (*perceived ease of use*) menurut Venkatesh dalam Pratama (2020:202) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan dipersepsikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa dalam menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha yang keras.

### 2. Kepuasan Konsumen (Y)

Kotler dan Armstrong (2018:39) yang menyatakan bahwa “*Customer satisfaction depends on the product’s perceived performance relative to a buyer’s expectation*”.

### 3. Minat Beli Ulang (Z)

Ali Hasan (2018:131) bahwa Minat Beli Ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu. Minat Beli Ulang yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi dari konsumen.

Setelah menjabarkan definisi-definisi di atas maka pada sub-bab berikutnya akan menjabarkan operasional variabel guna memperjelas variabel dalam penelitian ini.

#### **3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Operasionalisasi variabel bertujuan untuk memudahkan proses mendapatkan dan mengelola data yang berasal dari para responden. Selain itu operasionalisasi variabel berisi kegiatan yang bertujuan untuk memecahkan variabel menjadi bagian-bagian kecil sehingga diketahui ukurannya.

Operasionalisasi variabel sebagai upaya penelitian untuk menyusun secara rinci hal-hal yang meliputi nama variabel, konsep variabel, indikator, ukuran dan skala. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang diteliti yaitu Persepsi Kemudahan Layanan variabel bebas pertama, Kepuasan Konsumen sebagai variabel penghubung dan variabel Minat Beli Ulang sebagai variabel terikat.

Dimana terdapat indikator-indikator yang akan diukur dengan skala. Data skala ordinal adalah data yang diperoleh dengan cara kategorisasi atau klasifikasi tetapi diantara data tersebut terdapat hubungan atau tingkatan operasionalisasi variabel berisi kegiatan yang bertujuan untuk memecahkan variabel-variabel yang menjadi bagian terkecil sehingga perlu diketahui klasifikasi ukurannya. Berikut operasionalisasi variabel yang dapat dilihat pada tabel yang peneliti sajikan dihalaman selanjutnya sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
Persepsi Kemudahan Layanan (X) sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan	Kemudahan	Mudah digunakan	Tingkat kemudahan aplikasi Bukalapak untuk dioperasikan	Ordinal	1
		<i>Error rate</i>	Tingkat aplikasi Bukalapak mengalami <i>error</i>	Ordinal	2
	Jelas dan Mudah Dimengerti	Transparan	Tingkat kemudahan aplikasi Bukalapak untuk dipahami	Ordinal	3

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
dipersepsikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa dalam menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha yang keras.  Venkatesh (2020:202)	Mudah Dipelajari	Konsisten	Tingkat konsistensi aplikasi bukalapak mudah digunakan	Ordinal	4
		Efektif	Tingkat efektivitas ketika menggunakan Bukalapak	Ordinal	5
		Intuitif	Tingkat kemudahan aplikasi Bukalapak untuk mudah dimengerti	Ordinal	6
Kepuasan Konsumen (Y)  <i>Customer satisfaction depends on the product's perceived performance relative to a buyer's expectation.</i>  Kotler dan Armstrong (2018:39)	Kinerja	Kepuasan pada kemudahan pelayanan yang ditawarkan Bukalapak	Tingkat Kepuasan pada kemudahan penggunaan yang ditawarkan Bukalapak	Ordinal	7
		Kepuasan pada fitur – fitur yang diberikan pada Bukalapak	Tingkat kepuasan pada fitur – fitur yang diberikan pada Bukalapak	Ordinal	8
		Kinerja yang ditampilkan saya akan terus menggunakan Bukalapak	Tingkat kinerja yang ditampilkan saya akan terus menggunakan Bukalapak	Ordinal	9
	Ekspektasi	Kesesuaian kemudahan penggunaan Bukalapak	Tingkat kesesuaian kemudahan penggunaan Bukalapak	Ordinal	10

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
		Kesesuaian fitur – fitur yang diberikan Bukalapak	Tingkat kesesuaian fitur – fitur yang diberikan Bukalapak	Ordinal	11
		Bukalapak memenuhi ekspektasi saya terhadap layanan <i>e-commerce</i>	Tingkat Bukalapak memenuhi ekspektasi saya terhadap layanan <i>e-commerce</i>	Ordinal	12
Minat Beli Ulang (Z)  Minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu.  Ali Hasan (2018:131)	Minat Transaksional	Keinginan untuk menggunakan selalu aplikasi Bukalapak	Tingkat keinginan untuk menggunakan selalu aplikasi Bukalapak	Ordinal	13
	Minat Referensial	Kesediaan merekomendasikan Bukalapak pada orang lain	Tingkat kesediaan merekomendasikan Bukalapak pada orang lain	Ordinal	14
	Minat Preferensial	Menjadikan Bukalapak sebagai pilihan utama	Tingkat menjadikan Bukalapak sebagai pilihan utama	Ordinal	15
	Minat Eksploratif	Mencari informasi lebih mengenai Bukalapak	Tingkat mencari informasi mengenai bukcalapak	Ordinal	16

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

### 3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Setiap penelitian pasti memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti, sehingga permasalahan yang dapat terpecahkan. Populasi dalam penelitian berlaku



sebagai objek penelitian, dengan menentukan populasi maka peneliti dapat melakukan pengolahan data untuk mempermudah penelitian ada yang disebut sampel, yaitu bagian dari populasi. Populasi digunakan untuk menyebutkan seluruh elemen atau anggota dari suatu wilayah yang menjadi sasaran penelitian. Pada sub bab ini akan di jelaskan mengenai populasi, sampel dan teknik *sampling*.

### **3.3.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2021:136) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah jumlah pengunjung yang membeli produk pada Bukalapak tahun 2023 menurut databoks yaitu sebanyak 168.200.000 orang.

### **3.3.2 Sampel**

Suatu penelitian terkadang memiliki jumlah populasi yang sangat banyak sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan penelitian secara menyeluruh. Untuk itu diperlukan sebagian dari populasi tersebut yang dapat mewakili dari seluruh populasi yang ada. Sugiyono (2022:137) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, sampel yang diambil dari populasi harus betulbetul representatif atau mewakili populasi yang diteliti. Penentuan sampel dilakukan untuk mengurangi jumlah populasi yang akan diteliti dan tidak memungkinkan untuk melakukan penelitian secara menyeluruh. Sampel

yang akan diambil dari populasi dapat ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin yang dikemukakan oleh Sugiyono (2022:149) dengan tingkat kepercayaan 90% dengan nilai  $e=10\%$  adalah sebagai berikut:

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

Keterangan

$n$  = Jumlah sampel yang diperlukan

$N$  = Jumlah Populasi

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

Ukuran populasi yang akan diteliti telah ditentukan dengan jumlah sebanyak 168.200.000. Maka dari data tersebut didapatkan ukuran sampel dengan menggunakan rumus berikut:

$$n = \frac{168.200.000}{1 + 168.200.000 (0,1)^2} = 99,94$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas maka dapat diketahui bahwa untuk sampel dan ukuran dalam penelitian ini sebanyak 99,94 atau dibulatkan menjadi 100 responden untuk memudahkan perhitungan dengan tingkat kesalahan 10% atau tingkat keakuratan sebesar 90%. Uraian selanjutnya adalah mengenai teknik sampling sebagai berikut.

### 3.3.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2021:139), Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Terdapat dua pendekatan dalam teknik sampling yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2021:131) *nonprobability sampling* adalah teknik sampling yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

*Nonprobability sampling* terdiri dari sampling kebetulan, kuota, insidental, jenuh, *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Pada penelitian ini peneliti menggunakan *purposive sampling*, menurut Sugiyono (2021:133) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu.

Dalam penelitian menyebarkan kuesioner dengan menggunakan Google Form kepada responden yang menjadi pengguna Bukalapak di Kota Bandung. Berikut karakteristik responden pada *purposive sampling* yang akan digunakan yaitu, sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Karakteristik responden**

No	Karakteristik Responden	Keterangan
1	Jenis Kelamin	1) Laki-laki 2) Perempuan
2	Usia	1) <18 Tahun 2) 18-23 Tahun 3) 24-29 Tahun 4) 30-35 Tahun 5) >35 Tahun

No	Karakteristik Responden	Keterangan
3	Pekerjaan	1) Pelajar 2) Mahasiswa 3) Pegawai 4) Wirausaha 5) Lainnya
4	Pengguna Bukalapak Kota Bandung	1) Ya 2) Tidak (apabila tidak, tidak perlu mengisi kuesioner)
5	Menggunakan Bukalapak dalam 3 bulan terakhir	1) Ya 2) Tidak (apabila tidak, tidak perlu mengisi kuesioner)
6	Pengeluaran sebulan dalam membeli di aplikasi Bukalapak	1) < Rp 500.000 2) Rp 500.000 – Rp 1.500.000 3) Rp 1.600.000 – Rp 2.500.000 4) Rp 2.600.000 – Rp 3.500.000 5) > Rp 3.500.000

Sumber: Data diolah peneliti, (2023)

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti. Teknik pengumpulan data yang ada di dalam pengumpulan data ini didapatkan dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2021:296) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data untuk diteliti lebih lanjut.

Menurut Sugiyono (2021:194) menyebutkan jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian di lapangan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data primer yaitu data yang diperoleh melalui:

a. Wawancara (*Interview*)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam menurut Sugiyono (2021:137).

b. Penyebaran Angket (*Kuesioner*)

Kuesioner akan diberikan kepada pengguna *E-Commerece* Bukalapak. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan dengan penelitian. Penyebaran kuesioner dapat melalui secara tertulis atau digital, dengan menyebarkan angket secara langsung kepada responden atau melalui *Google Form* yang disertai dengan alternatif jawaban yang telah disediakan. Menurut Sugiyono (2021:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan yang berkaitan dengan objek yang diteliti.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data sekunder yaitu data yang merupakan faktor penunjang yang bersifat teoritis kepustakaan. Penelitian kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu literatur, buku, jurnal, internet dan data perusahaan antara lain data penjualan dan pengunjung perusahaan yang berkaitan dengan objek.

### 3.5 Uji Instrumen Penelitian

Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian. Menurut Sugiyono (2021:156) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Uji instrumen penelitian terdiri dari uji validitas dan uji reabilitas. Uji validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil 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 realibilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat ke konsistenan pengukuran 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 merupakan alat untuk menunjukkan derajat ketepatan dan kesesuaian antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Menurut Sugiyono (2021:175) hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap butir instrumen yang dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor dari setiap butir dengan skor totalnya. Peneliti menggunakan metode korelasi yang digunakan untuk menguji validitas dengan korelasi *pearson product moment* dengan rumus Sugiyono (2021:246) yaitu :

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

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi *product moment*

$n$  = Jumlah responden dalam uji instrument

$\sum x_i$  = Jumlah hasil pengamatan variabel x

$\sum y_i$  = Jumlah hasil pengamatan variabel y

$\sum x_i y_i$  = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel x dan variabel y

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

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

Dasar pengambilan Keputusan

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

Sugiyono (2021:180) 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 diperbaiki karena dianggap tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statiscal Product dan Service Solution*). Validitas suatu butir pernyataan dapat dilihat pada hasil output SPSS pada tabel dengan judul item Total Statistik. Menilai kevalidan

masing-masing butir pernyataan dapat dilihat dari nilai *corrected item-Total Correlation* masing-masing butir pernyataan.

### 3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran yang menunjukkan ukuran mana yang dapat dipercaya atau dengan kata lain menunjukkan ukuran mana yang harus dilakukan 2 (dua) kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Menurut Sugiyono (2021) Menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan metode objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan. Untuk uji reliabilitas digunakan metode *Cronbach Alpha*, 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*.

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

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokan dalam kelompok ganjil dan genap.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok ganjil genap.
3. Korelasi skor kelompok ganjil dan kelompok genap perolehan dengan rumus 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

$r$  = Koefisien korelasi *person 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 belahan ganjil

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

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

4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus *spearman brown* menurut Sugiyono (2021:187) sebagai berikut:

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

Keterangan

$r_i$  = Nilai reliabilitas internal seluruh instrument

$r_b$  = Korelasi *product moment* antara belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reabilitas minimal 0,7.

Setelah di dapat reliabilitas ( $r_{hitung}$ ) maka nilai tersebut dibandingkan dengan ( $r_{tabel}$ ) yang sesuai dengan jumlah responden dan taraf nyata dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Bila  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ : Instrumen tersebut dikatakan reliabel

- b. Bila  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ : 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 *reliable*.

### **3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis**

Menurut Sugiyono (2021:206) metode analisis data merupakan suatu cara untuk mengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan.

Analisis data dalam bentuk statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan presentase. Dalam statistik dekriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya suatu hubungan antar variabel melalui analisis korelasi, melalui prediksi, dengan analisis regresi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata sampel atau populasi menurut

Sugiyono (2021:207) Kebenaran hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul.

Berdasarkan pendapat yang telah dipaparkan dapat disimpulkan analisis data yang digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen = Persepsi Kemudahan Layanan(X), terhadap variabel intervening = Kepuasan Konsumen (Y) dan implikasinya terhadap variabel dependen = Minat Beli Ulang (Z).

### **3.6.1 Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri dari variabel penelitian dan digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh melalui kuesioner yang bertujuan untuk melihat sejauh mana tanggapan pelanggan terhadap variabel Persepsi Kemudahan Layanan(X) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) dan implikasinya terhadap variabel Minat Beli Ulang (Z) pada pengguna Bukalapak Kota Bandung. Menurut Sugiyono (2021:64) analisis deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari dengan variabel lain.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* menurut Sugiyono (2021:146) yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena. Adanya skor ini dapat memberikan masing-

masing jawaban pernyataan alternatif, disajikan berikut skala likert menurut Sugiyono (2021:147) skala likert sebagai berikut:

**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 (2021:147)

Berdasarkan Tabel 3.3 dapat diketahui bahwa dalam pernyataan-pernyataan positif dan negatif memiliki bobot nilai yang berbanding terbalik. Pada kuesioner penelitian ini peneliti akan menggunakan pernyataan positif sehingga jawaban sangat setuju memiliki nilai 5 (lima), setuju memiliki nilai 4 (empat) dan pernyataan negatif dengan jawaban kurang setuju memiliki nilai 3 (tiga), tidak setuju memiliki nilai 2 (dua) dan sangat setuju memiliki nilai 1 (satu).

Pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan variabel dependen, independen dan inventering di atas dalam operasionalisasi variabel ini, semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner. Skala likert digunakan untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, yang kemudian dihitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan kemudian dijumlahkan. Setelah setiap indikator memiliki jumlah, kemudian dirata-ratakan dan selanjutnya peneliti gambarkan dalam suatu garis kontinum untuk mengetahui kategori dari hasil rata-rata tersebut. Peneliti dalam menentukan kategori skala pada garis kontinum menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sum P = \frac{\sum \text{Jawaban kuesioner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}} = \text{Skor rata-rata}$$

Setelah diketahui skor rata-rata, maka hasil tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum dengan kecendrungan jawaban responden akan disadarkan pada nilai rata-rata skor selanjutnya akan dikategorikan pada rentan skor berikut:

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

Keterangan

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

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

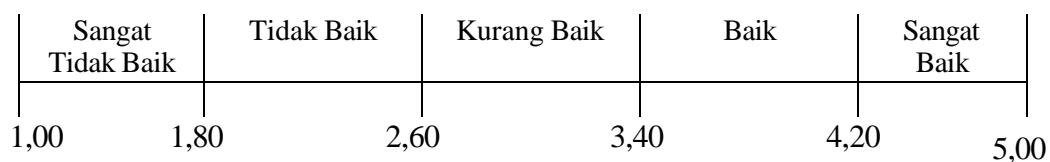
Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat diketahui kategori skala dengan 5 kategori sebagai berikut:

**Tabel 3.4**  
**Kategori Skala**

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 (2021:148)

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



Sumber: Sugiyono (2021:148)

### 3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik sehingga menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Menurut Sugiyono (2021:65) analisis verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak. Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Persepsi Kemudahan Layanan(X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dan implikasinya terhadap Minat Beli Ulang (Z). Analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode yang akan di bahas pada sub bab berikut.

#### 3.6.2.1 Method of Succesive Interval (MSI)

Metode ini merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner berupa ordinal perlu diubah menjadi interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan teknik MSI (*Method of Succesive Interval*).

Prosedur statistik seperti korelasi, uji t dan lainnya mengharuskan data berskala interval. Oleh karenanya, jika hanya mempunyai data berskala ordinal maka data tersebut harus diubah kedalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan

prosedur tersebut. Langkah-langkah dalam mengkonversikan skala ordinal adalah sebagai berikut:

1. Menentukan frekuensi setiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab 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. Menghitung *Scala Value* (SV) untuk masing-masing responden dengan rumusan sebagai berikut:
7. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan rumusan sebagai berikut

Pengolahan data yang dilakukan menggunakan media komputerisasi yaitu menggunakan program *ibm SPSS for windows* untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval. Kemudian selanjutnya akan menjelaskan mengenai metode yang akan digunakan selanjutnya pada penelitian ini

### **3.6.2.2 Metode Analisis Jalur (*Path Analysis*)**

Pada penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*), untuk mengetahui hubungan sebab akibat dengan tujuan menerangkan pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel independen dengan variabel dependen. Penulis ingin menganalisis dan memastikan apakah ada pengaruh promosi dan

harga terhadap kepuasan pelanggan dan implikasinya terhadap loyalitas pelanggan. Analisis jalur menurut Juanim (2020:56) analisis jalur dapat diartikan sebagai analisis statistik yang merupakan bagian dari model regresi yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat antar satu variabel dengan variabel lainnya.

Dalam analisis jalur pengaruh variabel independen terhadap dependen variabel dapat berupa pengaruh langsung dan tidak langsung. Berbeda dengan model regresi biasa dimana pengaruh independen variabel terhadap variabel hanya berbentuk pengaruh langsung. Pengaruh tidak langsung suatu variabel independen terhadap dependen adalah melalui variabel lain yang disebut antara (*intervening variable/ variabel mediasi*), atau ketika variabel eksogen lainnya, maka dikatakan sebagai efek tidak langsung. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metode analisis jalur karena sesuai dengan kebutuhan. Adapun syarat atau asumsi-asumsi yang diperlukan dalam penggunaan *path analysis* menurut Juanim (2020:61) antara lain:

1. Hubungan antar variable dalam model adalah linier dan adaptif
2. Seluruh *error* (residual) diasumsikan tidak berkorelasi dengan yang lainnya.
3. Variable diasumsikan dapat diukur langsung
4. Model hanya berbentuk rekrusive searah
5. Variabel-variabel diukur oleh skala interval

Teknik Pengujian analisis jalur menurut Juanim (2020) penjabaran mengenai analisis jalur sebagai berikut:

1. Konsep dasar
2. Path diagram



3. Koefesien jalur
4. Persamaan structural
5. Pengaruh langsung dan tidak langsung

Berikut ini adalah langkah-langkah dalam analisis jalur

1. Merumuskan hipotesis dan persamaan *structural*

$$\text{Struktur } Y = \rho_{yX} X + \rho_{yx}\varepsilon_1$$

$$\text{Struktur } Z = \rho_{yX} Y + \varepsilon_2$$

2. Menghitung koefisien jalur yang didasarkan pada koefisien regresi
  - a. Gambar diagram jalur lengkap tentukan sub-sub sutruktural dan rumuskan persamaan strukturalnya yang sesuai hipotesis yang diajukan. Hipotesis : naik turunnya variabel dependen dipengaruhi secara signifikan oleh variabel independen.
  - b. Menghitung koefisien regresi untuk struktur yang telah dirumuskan. Hitung koefisien regresi untuk struktur yang telah dirumuskan: persamaan regresi ganda  $Y = b_1X + \varepsilon_1$
3. Menghitung koefisien jalur secara simultan (keseluruhan) pengujian keseluruhan hipotesis statistic dirumuskan sebagai berikut:

$$H_0: \rho_{yX} = \rho_{yx} = \dots \dots \rho_{yxk} = 0$$

$$H_1: \rho_{yX} = \rho_{yx} = \dots \dots \rho_{yxk} \neq 0$$

4. Menhitung koefisien jalur secara individu. Hipotesis penelitian diuji dirumuskan menjadi hipotesis statistik berikut:

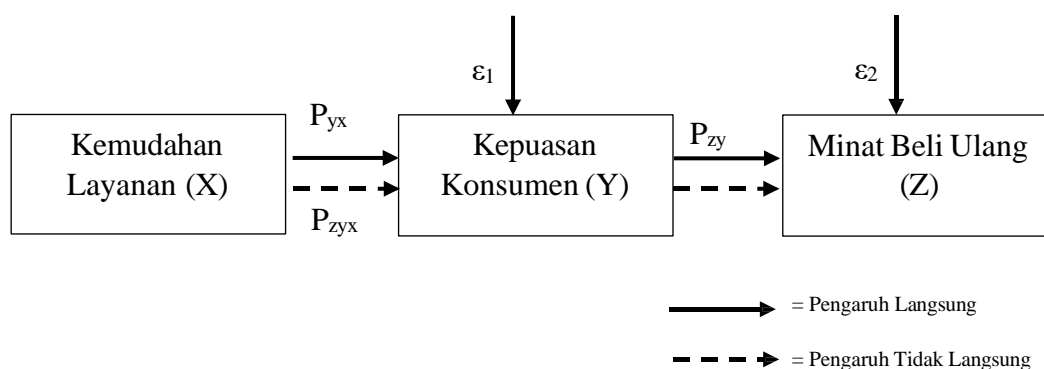
$$H_a : \rho_{yX} > 0$$

$$H_0 : \rho_{yX} = 0$$

### 3.6.2.2.1. Path Diagram

Penelitian ini menggunakan analisis jalur berdasarkan pendapat Juanim (2020:57) Diagram jalur adalah alat untuk melukiskan secara grafis struktur hubungan kausalitas antar variabel independen, intervening (*intermediary*) dan dependen. Analisis jalur variabel yang dianalisis kausalitasnya dibedakan menjadi dua golongan yaitu variabel eksogen dan variabel endogen. Variabel eksogen adalah variabel yang variabelitasnya diasumsikan terjadi bukan karena penyebab-penyebab didalam model atau dengan kata lain variabel ini tidak ada yang mempengaruhi, sedangkan variabel endogen merupakan variabel yang variasinya dijelaskan oleh variabel eksogen dalam variabel endogen dalam sistem.

Variabel eksogen pada penelitian ini adalah Persepsi Kemudahan, sedangkan variabel endogen adalah Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang. Model hubungan antara variabel yang telah dijelaskan tersebut dapat dilihat melalui diagram jalur sebagai berikut:



**Gambar 3.1**  
**Model Hubungan Struktur**

### 3.6.2.2.2. Koefisien Jalur

Besarnya pengaruh variabel *eksogen* dan variabel *endogen* dapat dilihat

melalui koefisien jalur mengindikasikan besarnya jalur dari suatu variabel *eksogen* terhadap variabel *endogen*. Koefisien jalur biasanya dicantumkan pada diagram jalur yang dinyatakan dengan nilai *numeric* untuk mengestimasi koefisien jalur, jika hanya satu variabel *eksogen* (X) mempengaruhi secara langsung terhadap variabel *endogen* (Y dan Z) maka  $\rho_{yx}$  di estimasikan dengan korelasi sederhana (*simple correlation*) antara X dan Y jadi  $\rho_{yx} = r_{xy}$ .

Untuk lebih memperjelas koefisien jalur dapat dilihat pada sebuah path diagram yang ada di gambar 3.2 dalam gambar tersebut dapat kita lihat koefisien jalur sebagai berikut:

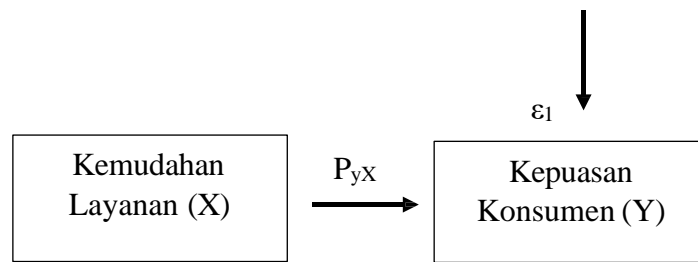
1.  $\rho_{yX}$  adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung X terhadap Y
2.  $\rho_{zy}$  adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung Y terhadap Z
3.  $\rho_{zyX}$  adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung X terhadap Z melalui Y

#### 3.6.2.2.3. Persamaan Struktural

Dalam analisis jalur juga dapat ditampilkan dalam bentuk persamaan yang biasa disebut persamaan structural. Persamaan structural, menggambarkan hubungan sebab akibat antara variabel yang diteliti yang dinyatakan dalam bentuk persamaan sistematis menurut Juanim (2020:60). Analisis ini dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut:

1.  $Y = \rho_{yX}X + \varepsilon_1$

Persamaan structural 1 menyatakan hubungan kausal dari X ke Z. Dapat digambarkan dalam diagram 3.3 sebagai berikut



**Gambar 3.2**  
**Model Struktur I Hubungan X, dengan Y**

Dimana:

X = Persepsi Kemudahan Layanan

Y = Kepuasan Konsumen

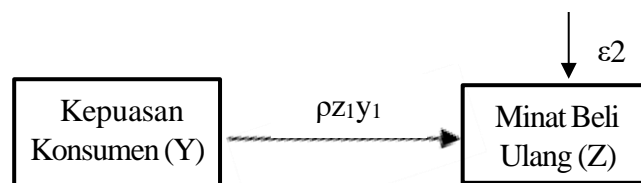
$\varepsilon$  = Faktor yang mempengaruhi Y selain X

Keterangan

Untuk analisis jalur, koefisien yang digunakan adalah *Beta* atau standar koefisien. Untuk mengetahui hal lain diluar model (*error*) dihitung dengan rumus  $\varepsilon = 1 - R^2$ .

2.  $Z = \rho_{ZY} + \varepsilon_2$

Yaitu persamaan struktural II menyatakan kausal dari X ke Y digambarkan dalam gambar 3.4



**Gambar 3.3**  
**Model Struktur II Hubungan Y dan Z**

Dimana:

Y = Kepuasan Konsumen

Z = Minat Beli Ulang

$\varepsilon$  = Faktor yang mempengaruhi Z dan Y

Keterangan:

$\rho_{Z|Y_1}$  = Faktor yang mempengaruhi Z selain Y

#### 3.6.2.2.4. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Berdasarkan diagram jalur dapat dilihat bagaimana pengaruh langsung dan tidak langsung tersebut. Pengaruh langsung adalah pengaruh dari suatu variabel independen ke variabel dependen, tanpa melalui variabel dependen lainnya. Sedangkan pengaruh tidak langsung adalah situasi dimana variabel independent mempengaruhi variabel dependen atau variabel lain yang disebut variabel intervening (Juanim 2020:62).

Pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung dapat dilihat sebagai berikut:

##### 1. Hasil Langsung (*Direct Effect*)

Hasil dari X terhadap Y, dan Y terhadap Z atau lebih sederhana disajikan sebagai berikut:

$$\text{DE YX : X} \longrightarrow \text{Y}_1 = \rho_{YX}$$

$$\text{DE ZY : Y} \longrightarrow \text{Z} = \rho_{ZY}$$

##### 2. Hasil Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Hasil tidak langsung (*Indirect Effect*) adalah dari X terhadap Z melalui Y, atau lebih sederhana dapat dilihat sebagai berikut:

$$IE_{ZYX} : X \longrightarrow Y \longrightarrow Z = \rho_{YX}, \rho_{ZY}$$

### 3. Hasil Total (*Total Effect*)

Hasil total adalah penjumlahan dari hasil pengaruh langsung dan hasil pengaruh tidak langsung yang memuat keseluruhan variabel independen, intervening dan dependen yang dapat dilihat sebagai berikut:

$$TE = DE \rho_{YX} + IE \rho_{ZYX}$$

Penjelasan rumus di atas memperlihatkan bahwa hasil langsung diperoleh dari hasil analisis jalur nilai beta, sedangkan hasil tidak langsung diperoleh dengan mengalihkan koefisien rho (nilai beta) yang melewati variabel antara (penghubung) dengan variabel lainnya sedangkan pengaruh total merupakan hasil penjumlahan dari hasil pengaruh langsung dan tidak langsung.

#### 3.6.2.3 Analisis Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui derajat hubungan atau kekuatan korelasi antara variabel penelitian yaitu Persepsi Kemudahan Layanan(X), variabel Kepuasan Konsumen (Y) dan variabel Minat Beli Ulang (Z). Korelasi yang digunakan adalah korelasi berganda dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

R = Koefisien regresi ganda

$JK_{reg}$  = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

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

Mencari  $JK_{reg}$  menggunakan rumus berikut:

$$JK_{reg} = b_1 \sum XY + b_2 \sum X_2 Y$$

Mencari  $\sum Y^2$  menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sum Y^2 = \sum Y^2 - \frac{\sum Y^2}{N}$$

Berdasarkan nilai koefisien korelasi (R) yang diperoleh dapat dihubungkan

-  $1 < R < 1$ , sedangkan untuk masing-masing nilai R adalah sebagai berikut:

1. Apabila  $R=1$ , artinya terdapat hubungan antara variable X, Y dan variable Z semua positif sempurna
2. Apabila  $R= -1$ , artinya terdapat hubungan antara variable X, Y dan variable Z semua negatif sempurna
3. Apabila  $R = 0$ , artinya tidak terdapat hubungan antara variabel X, Y dan variabel Z.
4. Apabila nilai R berada diantara -1 dan 1, maka tanda (-) menyatakan adanya korelasi tak langsung antara korelasi negatif dan tanda positif (+) menyatakan adanya korelasi langsung atau korelasi positif.

**Tabel 3.5**  
**Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi**

Internal Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2021:184)

### 3.6.3 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 Persepsi Kemudahan Layanan(X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dan implikasinya terhadap Minat Beli Ulang (Z) baik secara parsial dan simultan. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ).

#### 3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengajuan hipotesis dengan menggunakan uji simultan dengan F-tes ini bertujuan mengetahui pengaruh dan tingkan signifikan secara simultan atau keseluruhan pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel intervening. Pengajuan hipotesis menurut Sugiyono (2021:257) dapat digunakan dengan rumus:

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

Keterangan

F = Uji hipotesis simultan dengan uji F

$r^2$  = Kuadrat koefisien korelasi ganda

K = Banyaknya variabel bebas

N = Banyaknya sampel

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



1. Tolak  $H_0$ , jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima (signifikan)
2. Terima  $H_0$ , jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak (tidak signifikan)

Atau dengan menggunakan SPSS dapat digunakan ketentuan sebagai berikut:

1. Tolak  $H_0$ , jika probabilitas  $F(F_{sig}) < 5\%$ ,  $F_{sig}$  (signifikan)
2. Terima  $H_0$ , jika probabilitas  $F(F_{sig}) > 5\%$ ,  $F_{sig}$  (tidak signifikan)

Rancangan hipotesis untuk Uji F adalah sebagai berikut:

### **Struktural I**

1.  $H_0 : \rho_{YX} = 0$  : Tidak terdapat pengaruh Persepsi Kemudahan Layanan (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)
2.  $H_1 : \rho_{YX} > 0$  : Terdapat pengaruh positif Persepsi Kemudahan Layanan (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

### **Struktural II**

1.  $H_0 : \rho_{YZ} = 0$  : Tidak terdapat pengaruh Kepuasan Konsumen (Y) terhadap Minat Beli Ulang (Z)
2.  $H_1 : \rho_{YZ} > 0$  : Terdapat pengaruh positif Kepuasan Konsumen (Y) terhadap Minat Beli Ulang (Z)

Menentukan taraf nyata (signifikan) yang digunakan yaitu  $\alpha = 0,05$ .

Selanjutnya hasil hipotesis  $F_{hitung}$  digabungkan dengan  $F_{tabel}$  dengan ketentuan sebagai berikut:

jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

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

### 3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Hipotesis parsial untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji parsial dilakukan dengan membandingkan nilai hitung dengan tabel. Nilai hitung dapat dilihat dari hasil pengolahan data *Coefficient*, hipotesis dijelaskan ke dalam bentuk statistic sebagai berikut:

a. Hipotesis 1

$H_0: \rho_{yX} = 0 \rightarrow$  Artinya tidak terdapat pengaruh variabel Persepsi Kemudahan Layanan(X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

$H_1: \rho_{yX} > 0 \rightarrow$  Artinya terdapat pengaruh positif variabel Persepsi Kemudahan Layanan(X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

b. Hipotesis 2

$H_0: \rho_{zy} = 0 \rightarrow$  Artinya tidak terdapat pengaruh variabel Kepuasan Konsumen (Y) terhadap Minat Beli Ulang (Z).

$H_1: \rho_{zy} > 0 \rightarrow$  Artinya terdapat pengaruh positif variabel Kepuasan Konsumen (Y) terhadap Minat Beli Ulang (Z).

Untuk menguji hipotesis parsial maka dapat dilakukan pengujian yang digunakan adalah uji t dengan rumus menurut Sugiyono (2021:248) sebagai berikut:

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

Dimana:

r = koefisien korelasi

$n$  = jumlah data

Pengujian uji t telah dilakukan maka hasil pengujian tersebut t hitung dibandingkan t tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

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

### 3.6.3.3 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh hubungan variabel Persepsi Kemudahan Layanan(X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dan implikasinya terhadap Minat Beli Ulang (Z) yang dinyatakan dalam bentuk persentase (%). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Kemudian langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, sebagai berikut:

#### 1. Analisis koefisien determinasi simultan

Koefisien determinasi simultan digunakan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh variabel Persepsi Kemudahan Layanan (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dan implikasinya terhadap Minat Beli Ulang (Z).

Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

R = Koefisien korelasi berganda

100% = Pengali yang menyatakan dalam *presentase*

## 2. Analisis koefisien determinasi parsial

Analisis koefisien determinasi parsial adalah koefisien untuk mengetahui besarnya kontribusi yang diberikan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (terpisah) tidak simultan (bersama-sama) dari variabel Persepsi Kemudahan Layanan(X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dan implikasinya terhadap Minat Beli Ulang (Z).

Berikut rumus koefisien determinasi parsial:

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

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

$\beta$  = Standar koefisien Beta (nilai b1, b2, b3)

*zero order* = Korelasi variabel independen dengan variabel dependen

100% = pengali yang menyatakan dalam *persentase*

Kriteria-kriteris untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

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

### **3.7 Rancangan Kuesioner**

Menurut Sugiyono (2021:199) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Koesioner itu berisi pernyataan mengenai variabel promosi dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan sebagaimana yang tercantum di operasionalisasi variabel penelitian. Responden tinggal memilih pada kolom yang telah disediakan menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti dengan berpedoman pada skala *Likert*.

### **3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Objek penelitian yang akan dikaji dalam penelitian ini yaitu mengenai Persepsi Kemudahan Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan implikasinya terhadap Minat Beli Ulang pada pengguna *e-commerce* Bukalapak di Kota Bandung. Waktu pelaksanaan penelitian dimulai dari bulan mei 2024 sampai dengan selesai.