

## 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 Operasionalisasi 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 operasionalisasi variabelnya.

#### **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 Variable*)

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 & Dina lestari, (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

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**

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<b><i>E-Service Quality</i> (X1)</b>  <i>E-service quality</i> adalah suatu pelayanan yang diberikan ataupun ditawarkan oleh pelaku bisnis online ke konsumen nya	Efisiensi ( <i>Efficiency</i> )	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

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<p>dari kemampuan sebuah situs aplikasi atau website dalam memfasilitasi kegiatan pembelian, serta pendistribusian yang efektif dan efisien.</p> <p><b>Riza &amp; Sutopo (2017:23)</b></p>		akun secara online	pendaftaran akun secara online		
	Ketersediaan Sistem ( <i>System Availibilty</i> )	Kemudahan konsumen untuk mengakses Blibli.com	Tingkat kemudahan untuk mengakses Blibli.com	Ordinal	3
		Kelengkapan fitur / katalog pada situs <i>e-commerce</i> Blibli.com	Tingkat Kelengkapan fitur / katalog pada situs <i>e-commerce</i> Blibli.com	Ordinal	4
	Pemenuhan ( <i>Fulfilment</i> )	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 ( <i>Privacy</i> )	Keamanan dalam melakukan transaksi jual beli online.	Tingkat keamanan dalam melakukan transaksi jual beli online.	Ordinal	7
		Perlindungan data pribadi dan	Tingkat Perlindungan data	Ordinal	8

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		keuangan konsumen	pribadi dan keuangan konsumen		
	Tanggapan ( <i>Responsiveness</i> )	Keterseediaan <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 ( <i>Compensation</i> )	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	Ordinal	12

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
			mengembalikan biaya pengiriman jika barang tidak sampai antara usaha dan kesuksesan		
	Kontak ( <i>Contact</i> )	Ketersediaan <i>customer service</i> dalam memenuhi keinginan pelanggan	Tingkat ketersediaan <i>customer service</i> dalam memenuhi keinginan pelanggan.	Ordinal	13
		Ketersediaan layanan Telepon, <i>email</i> pada situs Blibli.com	Tingkat Ketersediaan layanan Telepon, <i>email</i> pada situs Blibli.com	Ordinal	14
<b>Harga (X2)</b> Harga adalah nilai yang dinyatakan dalam suatu mata uang atau alat tukar, terhadap suatu produk tertentu.  <b>Kotler dan Armstrong (2021:14)</b>	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	Tingkat Harga yang ditawarkan sesuai	Ordinal	17

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		produk menurut review konsumen	dengan kualitas produk menurut review konsumen		
		Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang ditampilkan pada foto serta deskripsi produk	Tingkat Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang ditampilkan pada foto serta deskripsi produk	Ordinal	18
	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	Harga yang ditawarkan	Ordinal	22

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		pesaing lebih murah	pesaing lebih murah		
<b>Kepuasan Pelanggan (Y)</b>  Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perbandingan antara ekspektasi sebelum pembelian dengan persepsi kinerja pasca pembelian  <b>Priansa (2019)</b>	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
	Kinerja	Kepuasan atas kemudahan mengakses <i>website</i> Blibli.com	Tingkat kepuasan atas kemudahan mengakses <i>website</i> Blibli.com	Ordinal	25
Kepuasan terhadap kualitas pelayanan		Tingkat kepuasan terhadap kualitas pelayanan	Ordinal	26	

Sumber: Berbagai jurnal dan data yang diolah kembali oleh peneliti (2024)

### 3.3 Populasi dan Sampel

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 2020-2022 berikut adalah populusinya:

**Tabel 3.2**  
**Jumlah Mahasiswa/I Aktif Prodi Manajemen Tahun 2020-2022**

No	Program Studi	Jumlah
1	Manajemen Angkatan 2020	275
2	Manajemen Angkatan 2021	300
3	Manajemen Angkatan 2022	425
<b>Jumlah</b>		<b>1000</b>

Sumber: SBAP Fakultas 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, artinya 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:  $n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$

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

Dimana:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolelir (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Jumlah populasi yaitu sebanyak 1.000 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:

$$n = \frac{1000}{1 + 1000(0,1)^2} = 90,90$$

Berdasarkan perhitungan di atas, peneliti memiliki perolehan ukuran sampel (n) dalam penelitian ini sebanyak 90,90% 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 kuisi yang akan disebar oleh peneliti.

### **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) *non probability 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. Konsumen 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 disebarluaskan melalui media sosial sehingga responden cukup meng-klik link yang lalu kemudian langsung dapat mengisi kuisisioner 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 Research*)

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

## 3.5 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik fenomena ini disebut variabel penelitian. Instrumen penelitian memegang peran penting dalam penelitian kuantitatif karena kualitas data yang digunakan dalam banyak hal ditentukan oleh

kualitas instrument yang dipergunakan. Uji validitas dan reliabilitas merupakan pengujian yang akan digunakan dalam uji instrument penelitian. kedua uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah setiap instrument penelitian layak untuk dipakai dalam penelitian. Instrumen penelitian disini yaitu merupakan kuisioner.

### 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. Untuk mencari validitas, harus mengkorelasi skor dari setiap pernyataan dengan skor total seluruh pernyataan. Jika memiliki koefisien korelasi lebih besar dari 0,3 maka dinyatakan valid, tetapi jika koefisien korelasinya dibawah 0,3 maka dinyatakan tidak valid. Dalam mencari nilai korelasi, maka penulis menggunakan rumus *person product moment* dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

- rx<sub>y</sub> = Koefisien r product moment
- r = Koefisien validitas item yang dicari
- x = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item
- y = skor total instrument
- n = Jumlah responden dalam uji instrument
- ∑x = Jumlah hasil pengamatan variabel X

$\sum y$  = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

$\sum xy$  = Jumlah hasil pengamatan variabel X dan variabel Y

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

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

### 3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menurut Sugiyono (2017:130) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Untuk menguji reliabilitas menggunakan koefisien *Alpha Cronbach* dengan menggunakan *Software Statiscal Product and Servise* (SPSS). Hal ini sesuai dengan tujuan test yang bermaksud menguji konsistensi item-item dalam intrumen penelitian. Menghitung nilai reliabilitas digunakan rumus sebagai berikut:

$$R = a = \frac{n}{n - 1} \left( \frac{S - \sum Si}{S} \right)$$

Keterangan:

R = Koefisien reliabilitas *alpha Cronbach*

n = Jumlah item

S = Varians skor keseluruhan

Si = Varians masing-masing item

Metode *alpha cronbach* ( $\alpha$ ) diukur berdasarkan skala *alpha Cronbach* ( $\alpha$ ) dari 0,00 sampai 1,00. Jika skala itu dikelompokkan kedalam lima kelas dengan range yang sama, maka urutan kemandapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai alpha Cronbach 0,00 sampai dengan 0,20 berarti kurang reliabel.

2. Nilai alpha Cronbach 0,21 sampai dengan 0,40 berarti agak reliabel.
3. Nilai alpha Cronbach 0,41 sampai dengan 0,60 berarti cukup reliabel.
4. Nilai alpha Cronbach 0,61 sampai dengan 0,80 berarti reliabel.
5. Nilai alpha Cronbach 0,81 sampai dengan 1,00 berarti sangat reliabel.

Apabila nilai alpha 0,7 atau lebih maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat reliabel yang cukup, sebaliknya apabila nilai alpha dibawah 0,7 maka dikatakan item tersebut kurang 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:

$$\text{Skor Rata-rata} = \frac{\sum \text{Jawaban Kuisisioner}}{\sum \text{Pernyataan} \times \sum \text{Responden}}$$

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:

$$r = \frac{ST - SR}{K}$$

Dimana:

R = Rentang/skala

ST = Skor jawaban tertinggi

SR = Skor jawaban terendah

K = Kategori

Setelah diketahui nilai rata-rata kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu tabel kontinum, yaitu sebagai berikut:

- a. Indeks minimum : 1
- b. Indeks maksimum : 5
- c. Interval : 5-1 = 4

d. Jarak interval :  $(5-1):5 = 0,8$

Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Kategori Skala**

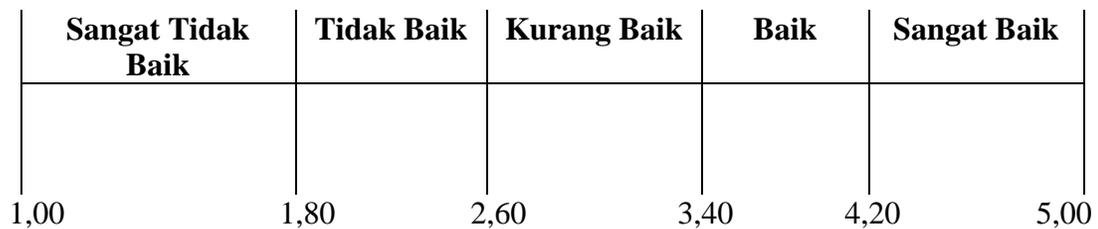
Skala	Kategori
1,00-1,80	Sangat Tidak Baik
1,81-2,60	Tidak Baik
2,61-3,40	Kurang Baik
3,41-4,20	Baik
4,21-5,00	Sangat Baik

Sumber: Sugiyono (2018:134)

Kemudian setelah diinterpretasikan, dapat dimasukkan ke dalam garis kontinum.

Interprestasi dan garis kontinum juga dapat digunakan jika variabel yang diteliti tidak

memerlukannya. Berikut gambar garis kontinum:



**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 yang diperoleh dari penelitian ini berupa data yang berskala ordinal, agar memudahkan dalam pengolahan data maka harus terlebih dahulu diubah menjadi data berskala interval, untuk data yang berskala ordinal perlu diubah menjadi interval dengan teknik *Method of Successive Interval* (MSI). Langkah-langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Menentukan frekuensi tiap responden (berdasarkan hasil kuisioner yang dibagikan, hitung berapa banyak respnden yang menjawab *score* 1-5 untuk setiap pernyataan).
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut dengan proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar kita tentukan nilai Z.
6. Menentukan nilai skala (*scala value/SV*)

$$SV = \frac{\text{Density at Lower Limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

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

$$Y = SV + (k)$$

$$K = 1 + (Svmin)$$

### 3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Penggunaan ini menggunakan analisis regresi berganda, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan rumusan sebagai berikut:

Dimana:

$Y$  = Variabel terikat (Kinerja Karyawan)

$\alpha$  = Bilangan konstan atau nilai tetap

$X_1$  = Variabel bebas (*e-service quality*)

$X_2$  = Variabel bebas (harga)

$b_1$ -  $b_2$  = Koefisien regresi variabel independent

untuk mendapatkan nilai  $a$ ,  $b_1$ , dan  $b_2$  dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sum Y = n a + b_1 \sum X_1 + b_2 \sum X_2$$

$$\sum X_1 Y = a \sum X_1 + b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 X_2$$

$$\sum X_2 Y = a \sum X_2 + b_1 \sum X_1 X_2 + b_2 \sum X_2^2$$

Setelah  $a$ ,  $b_1$ , dan  $b_2$  di dapat maka diperoleh  $Y$  untuk persamaan:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

### 3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel *e-service quality*, harga dan kepuasan konsumen. Nilai korelasi berkisar dalam rentang 0 sampai 1 atau 0 sampai -1. Tanda positif dan negatif menunjukkan arah hubungan. Tanda positif menunjukkan arah perubahan yang sama. Jika satu variabel naik, variabel lainnya akan naik demikian pula sebaliknya. Tanda negative menunjukkan arah perubahan yang berlawanan. Analisis ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) secara bersamaan. Adapun rumus korelasi berganda adalah sebagai berikut:

$$R = \frac{JK \text{ regresi}}{\sum Y_2^2}$$

Dimana:

R = Koefisien Korelasi Berganda

JK = Jumlah Kuadrat

$\sum Y^2$  = Jumlah Kuadrat Total Korelasi.

Berdasarkan nilai R yang diperoleh, maka dapat dihubungkan  $-1 < R < 1$ , yaitu:

- a. Apabila  $R = 1$ , artinya terdapat hubungan antara variabel X dan Y.
- b. Apabila  $R = -1$ , artinya terdapat hubungan antara variabel X dan Y negatif.
- c. Apabila  $R = 0$ , artinya tidak terdapat hubungan korelasi.

Hasil perhitungan korelasi dapat bernilai positif atau negatif. Apabila nilai koefisien positif, hal tersebut menunjukkan kedua variabel tersebut saling berhubungan.

Sedangkan apabila koefisien korelasi negatif, menunjukkan kedua variabel tersebut saling berhubungan terbalik. Berikut ini tabel pedoman untuk memberikan interpretasi korelasi sebagai berikut:

**Tabel 3.4**  
**Interpretasi Terhadap Hubungan Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,19	Sangat Rendah
0,20 – 0,39	Rendah
0,40 – 0,59	Sedang
0,60 – 0,79	Kuat
0,80 – 1,00	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 konsumen ( $Y$ ), 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 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 ( $\alpha$ ) = 0,1 artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan

kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10%, ditentukan sebagai berikut:

Ho :  $b_1, b_2 = 0$ , Tidak dapat pengaruh *E-Service Quality* dan Harga terhadap Proses Kepuasan Konsumen.

Ha :  $b_1, b_2 \neq 0$ , Terdapat pengaruh *E-Service Quality* dan Harga terhadap Proses Kepuasan Konsumen. 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 Konsumen
  - a.  $H_0 : b_1 = 0$ , tidak terdapat pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan konsumen
  - b.  $H_a : b_1 \neq 0$ , terdapat pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan konsumen
2. Harga terhadap Proses Kepuasan Konsumen
  - 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 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi merupakan data untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y). Nilai  $R^2$  adalah nilai nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independent (X) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan.

#### a. Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Koefisien determinasi simultan cara mengukur besarnya kontribusi dari variabel independent terhadap variabel dependen secara simultan (bersama). Besarnya presentase variabel mampu dijelaskan oleh variabel bebas dapat ditunjukkan dengan nilai R Square ( $R^2$ ). Jika nilai  $R^2$  hitung makin besar (mendekati satu) maka kontribusi dari variabel independent terhadap variabel dependen semakin besar. Rumus koefisien determinasi simultan adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

$R^2$  = Kuadrat dari koefisien ganda

#### b. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi parsial digunakan untuk menentukan besaran pengaruh salah satu variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Rumus untuk menghitung koefisien parsial sebagai berikut:

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

Keterangan:

B = Beta (nilai standardized coefficients)

Zero Order = Matrik korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana apabila:

Kd = 0, berarti pengaruh variabel X terhadap Y lemah

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

### 3.8 Rancangan Kuisisioner

Kuisisioner merupakan instrumen data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuisisioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal penting. Kuisisioner ini berisi pernyataan mengenai variabel *e-service quality* dan harga terhadap kepuasan konsumen sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel. kuisisioner 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, Jl. Tamansari 6-8 Bandung kepada Mahasiswa/I aktif Program Studi Manajemen yang pernah berbelanja atau menggunakan Blibli. Adapun waktu penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Mei 2024 samapi dengan selesai.