

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian Yang Digunakan

Penelitian ini menggunakan metode survei, yaitu dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis. Tujuan penelitian survei untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat serta karakter-karakter yang khas dari kasus atau kejadian suatu hal yang bersifat umum (Sugiyono, 2017:30).

Secara teknis terdapat dua jenis metode, yaitu metode deskriptif dan verifikatif menurut Sugiyono (2017:11) Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai dan variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain sehingga menghasilkan kesimpulan. Sedangkan Penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Jenis metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif yang mengacu pada rumusna masalah yang telah disusun sebelumnya yaitu terkait:

1. Bagaimana tanggapan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung tentang *E-Service Quality* pada live aplikasi Shopee
2. Bagaimana tanggapan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung tentang harga produk pada live aplikasi Shopee
3. Bagaimana tanggapan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung tentang kepuasan pelanggan pada live aplikasi Shopee
4. Seberapa besar pengaruh *E-Service Quality* (kualitas pelayanan elektronik) dan harga terhadap kepuasan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung pada live aplikasi Shopee secara parsial dan simultan

3.2. Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian secara spesifiknya merupakan suatu atribut, nilai atau sifat, individu atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu antara satu dengan yang lainnya yang telah ditentukan oleh peneliti. Definisi variabel dalam penelitian ini menjelaskan jenis-jenis variabel yang dapat diklasifikasikan berdasarkan fungsi variabel dalam hubungan antar variabel serta skala variabel yang digunakan. Operasionalisasi variabel menjabarkan variabel atau sub variabel kepada konsep, dimensi, indikator yang diarahkan untuk memperoleh nilai variabel penelitian. Operasionalisasi variabel pada penelitian juga merupakan unsur terkait dengan

variabel yang terdapat dalam judul penelitian yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil rumusan masalah.

3.2.1. Definsi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini ada tiga variabel yang digunakan yaitu variabel *E-Service Quality* (X1), Harga (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y). Berikut adalah definisi dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

1. *E-Service Quality* (X1)

Fandy Tjiptono (2017:335) menyatakan bahwa kualitas layanan mempunyai hubungan erat dengan loyalitas pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan memahami harapan serta kebutuhan pelanggan sehingga dapat mencapai loyalitas pelanggan.

2. Harga (X2)

Kotler dan Armstrong yang diterjemahkan oleh Bob Sabran (2017:52), menjelaskan ada empat ukuran yang mencirikan harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat dan harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga.

3. Kepuasan Pelanggan (Y)

Menurut Richard L. Oliver dalam Tjiptono & Diana (2017:23) Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya. Seorang pelanggan puas atau tidak, sangat tergantung pada kinerja produk (*Percieved Performance*) dibandingkan ekspektasi pelanggan

bersangkutan dan apakah sang pelanggan menginterpretasikan adanya deviasi atau gap di antara kinerja dan ekspektasi tersebut.

3.2.2. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Tabel Error! No text of specified style in document..1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
<i>E-Service Quality</i> (Kualitas Pelayanan elektronik)	<i>Efficiency</i>	kemudahan dan kecepatan pengguna dalam mengakses informasi/ menyelesaikan transaksi.	transaksi di platform ini cepat dan tidak rumit	Ordinal
	<i>Fulfillment</i>	kemampuan sistem mengirimkan layanan sesuai janji (akurasi, ketepatan waktu).	Pesanan/produk sesuai dengan deskripsi online.	Ordinal
	Keandalan Sistem (<i>System Reliability</i>)	Stabilitas teknis (tidak error/loading lama).	Website/aplikasi ini jarang mengalami gangguan (error/down).	Ordinal
	Privasi & Keamanan (<i>Privacy/Security</i>)	perlindungan data pribadi dan transaksi pengguna.	data pribadi aman saat menggunakan layanan.	Ordinal
	Responsivitas Layanan (<i>Responsiveness</i>)	kecepatan respon layanan pelanggan (chat, email, dan lain-lain)	Tim layanan pelanggan merespons keluhan dengan cepat	Ordinal
	Kompensasi (<i>Recovery</i>)	penyelesaian masalah ketika terjadi kegagalan layanan.	Jika terjadi masalah, perusahaan memberikan kompensasi (diskon/pengembalian dana) yang adil	Ordinal

Lanjutan tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
	Personalisasi (<i>Customization</i>)	kemampuan sistem menyesuaikan layanan dengan preferensi pengguna.	Saya puas dengan kemampuan Shopee dalam menyesuaikan layanan dengan preferensi pengguna seperti menampilkan feed berdasarkan aktivitas saya (like, komentar, share)	Ordinal
Harga	Keterjangkauan Harga	Harga yang ditawarkan terjangkau	Harga produk terjangkau keterjangkauan harga	Ordinal
			Terdapat penawaran diskon khusus	Ordinal
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	Kesesuaian harga dengan hasil yang diinginkan	Tingkat kesesuaian harga dengan hasil yang diinginkan pelanggan	Ordinal
			tidak merasa kecewa dengan harga yang dibayar setelah menerima produk	Ordinal
	Kesesuaian Harga dengan Manfaat	Harga yang ditawarkan sesuai	Harga sesuai manfaat	Ordinal
			Produk layak dibeli kembali	Ordinal
	Harga Sesuai Kemampuan/Daya Saing Harga	Harga terjangkau dibandingkan platform lain	Harga lebih murah dibandingkan toko online lain	Ordinal
Harga live sangat bersaing			Ordinal	
Kepuasan Pelanggan	Kesesuaian Harapan	Kesesuaian harapan dengan <i>E-Service Quality</i> yang diberikan	Pengalaman belanja di live Shopee sesuai dengan bayangan sebelumnya.	Ordinal
			Produk yang di terima persis seperti yang dijelaskan host selama sesi live	Ordinal
			Layanan pengiriman sesuai dengan waktu yang dijanjikan	Ordinal

Lanjutan tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
	Minat Berkunjung Kembali	Keinginan pelanggan untuk mengunjungi kembali	Akan membeli produk lagi melalui live Shopee di waktu mendatang.	Ordinal
			Lebih memilih belanja di live Shopee daripada platform lainnya.	Ordinal
			Rutin mengikuti sesi live untuk mencari produk baru	Ordinal
	Kesediaan Merekomendasikan	Niat untuk merekomendasikan kepada orang lain	Akan merekomendasikan live Shopee kepada teman atau keluarga	Ordinal
			Memberikan ulasan positif tentang pengalaman belanja di live Shopee.	Ordinal
			Merasa percaya diri saat menyarankan orang lain untuk belanja di live Shopee	Ordinal

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025).

3.3. Populasi dan Sampel

Sugiyono (2017:80) menjelaskan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi suatu penelitian. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung. yang terdiri dari jumlah mahasiswa aktif semester genap tahun 2023 dengan jumlah 2015 mahasiswa dan jumlah mahasiswa aktif semester ganjil tahun 2024 dengan jumlah 59 mahasiswa

berdasarkan data pada website pddikti.kemendiktisaintek.go.id. berdasarkan data tersebut maka jumlah populasi pada penelitian ini berjumlah 2074 mahasiswa.

Sementara itu sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2017:81). Sampel dilakukan karena adanya keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Penentuan ukuran atau besarnya sampel dengan menggunakan metode Slovin dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau yang diinginkan (10%)

Perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{2074}{1 + 2074 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{2074}{1 + 20.7}$$

$$n = 96$$

Dengan demikian jumlah sampel minimal adalah 96 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden mahasiswa.

Penentuan jumlah sampel yang akan dijadikan sumber data yang sebenarnya perlu digunakan teknik sampling. Menurut Sugiyono (2021:128) menjelaskan bahwa teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan ditentukan dalam penelitian. Pada dasarnya teknik sampling dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu probability sampling dan non-probability sampling. Teknik pengumpulan sampel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah teknik non-probability sampling. Menurut Sugiyono (2021:131), nonprobability sampling adalah teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Berikut peneliti sajikan tabel karakteristik responden:

Tabel Error! No text of specified style in document..2
Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden	Keterangan
1	Jenis Kelamin	a. Perempuan b. Laki-laki
2	Frekuensi membeli	a. < 3 Kali b. > 3 Kali

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025).

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.4.1. Penelitian Lapangan

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

1. Wawancara (*interview*)

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab pada mahasiswa yang menjadi sampel penelitian.

2. Kuesioner

Kuesioner akan diberikan kepada mahasiswa. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan dengan variabel penelitian.

3.4.2. Penelitian Kepustakaan

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data sekunder yaitu data yang merupakan faktor penunjang yang bersifat teoritis kepustakaan. Studi kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu literatur, buku, jurnal, internet dan data lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian.

3.5. Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrument penelitian yaitu suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2019:156). Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan – kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat kekonsistenan 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 ini dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap butir instrumen yang dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor dari setiap butir dengan skor totalnya. Dalam mencari nilai korelasi menggunakan metode korelasi yang digunakan untuk menguji validitas dengan korelasi *pearson product moment* dengan rumus menurut Sugiyono (2020:246) adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi *product moment*

X = Skor pertanyaan

Y = Skor total

n = Sampel

Dasar pengambilan keputusan:

- Jika r hitung $\geq r$ tabel, maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.
- Jika r hitung $\leq r$ tabel, maka instrumen atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

3.5.2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai pengumpul data karena instrument/ pertanyaan tersebut sudah baik dengan kata lain data dapat diandalkan. Perhitungan uji reliabilitas dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Adapun rumusnya sebagai berikut :

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{st^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = Nilai reliabilitas

$\sum S_i$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item

S_t = Varians total

k = Jumlah item

Sugiyono (2017:206) mengatakan analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Pengolahan data dilakukan dengan cara data yang telah dikumpulkan, diolah dan disajikan dalam bentuk tabel. Sugiyono (2017:132) berpendapat bahwa skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi yang positif yaitu 1 sampai 5.

3.5.3. Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif yang digunakan untuk menggambarkan mengenai situasi dan kejadian secara sistematis dari variabel-variabel dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2017:147) metode deskriptif adalah

metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui mengenai tentang *E-Service Quality* (X1), Harga (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) yaitu atas variabel independen dan dependen, 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 apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian. Menetapkan skor rata-rata maka jumlah jawaban kuesioner dibagi jumlah pertanyaan dikalikan jumlah responden.

Setelah diketahui skor rata-rata dari hasil perhitungan tersebut, kemudian langkah selanjutnya hasil tersebut dimasukkan kedalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada ruang skor.

Peneliti melakukan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala likert. Skala likert menurut Sugiyono (2021:146) yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang orang tentang fenomena sosial. Setiap item dari kuesioner memiliki 5 (lima) jawaban dengan bobot yang berbeda-beda. Setiap pilihan jawaban akan diberikan skor, maka responden harus mendukung pertanyaan (item positif hingga item negatif) skor tersebut berguna untuk mengetahui alternatif jawaban yang dipilih

oleh responden. Adanya skor ini dapat memberikan masing-masing jawaban pernyataan alternatif. Berikut terdapat skor skala likert sebagai berikut:

Tabel Error! No text of specified style in document..3
Alternatif Jawaban Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
SS (Sangat Setuju)	5
S (Setuju)	4
KS (Kurang Setuju)	3
TS (Tidak Setuju)	2
STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber: Sugiyono (2021:147).

Berdasarkan Tabel 3.4 dapat diketahui bahwa dalam pernyataan- pernyataan positif dan negatif memiliki bobot nilai yang berbanding terbalik. Pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan variabel dependent dan independent di atas dalam operasionalisasi variabel, 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. Hasil rekapitulasi jawaban pelanggan akan dihitung skor rata-ratanya untuk menghitung skor rata-rata menggunakan statistik non parametrik yaitu mean.

3.5.4. Analisis Verifikatif

Metode verifikatif menurut Sugiyono (2021:17) adalah penelitian yang dilakukan sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Analisis verifikatif bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *E-Service Quality* (X₁) dan harga (X₂) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Untuk mengetahui pengaruh tersebut, maka peneliti menggunakan beberapa metode seperti analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda dan koefisien determinasi. Berikut peneliti uraikan metode yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

3.5.5. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis yang digunakan adalah model regresi linier berganda yaitu suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikkan atau diturunkan nilainya. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh secara simultan (bersama-sama) variabel *E-Service Quality* (X_1), Harga (X_2) dan Kepuasan Pelanggan (Y). Analisis regresi linier 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 linier berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus menurut Sugiyono (2019:258) sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Variabel Terikat (Kepuasan Pelanggan)

a = Bilangan Konstanta

b_1 = Koefisien Regresi (*E-Service Quality*)

b_2 = Koefisien Regresi (Harga)

X_1 = Variabel Bebas (*E-Service Quality*)

X_2 = Variabel Bebas (Harga)

e = Tingkat Kesalahan (Standar error)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji simultan dengan F-test ini bertujuan mengetahui pengaruh bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen yaitu pengaruh *E-Service Quality* dan harga terhadap kepuasan.

3.5.6. Analisis Korelasi Ganda

Menurut Sugiyono (2021:213) analisis korelasi berganda yaitu suatu analisis untuk menguji hipotesis tentang hubungan dua variabel independen atau lebih secara bersama-sama dengan satu variabel dependen. Dengan kata lain untuk mengetahui kekuatan hubungan antara variabel *E-Service Quality* (X_1) dan harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Keeratan hubungan tersebut dapat dinyatakan dengan istilah koefisien korelasi. Koefisien korelasi merupakan besar kecilnya hubungan antara dua variabel yang disebut dengan koefisien korelasi dengan rumus yang dapat dilihat pada halaman selanjutnya.

$$R^2 = \frac{b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y + b_i \sum X_i Y}{\sum y^2}$$

Keterangan:

R = Koefisien korelasi berganda

$JK(\text{reg})$ = jumlah kuadrat regresi

$\sum Y^2$ = 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 *E-Service Quality* (X1), harga (X2) dan kepuasan pelanggan (Y).
2. Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan antara variabel negatif.
3. Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi

3.5.7. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh X1 dan X2 terhadap variabel Y. Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial.

1. Analisis koefisien determinasi simultan Analisis koefisien determinasi simultan (*R-square*) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persentase X1 (*E-Service Quality*) dan X2 (harga) terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

R^2 = Koefisien korelasi product moment

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:

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

Keterangan:

Kd : Koefisien Determinasi

B : Nilai standardized coefficients

Zero Order : Korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat

100% : Pengali yang menyatakan dalam persentase

Kriteria-kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

- a. Jika $Kd = 0$, maka pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan lemah.
- b. Jika $Kd = 1$, maka pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan kuat

3.6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Pengujian hipotesis bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh *E-Service Quality* (X_1), harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y), secara parsial dan simultan. Uji hipotesis untuk korelasi dapat dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1).

3.6.1. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Untuk menguji kedua hipotesis ini digunakan uji statistik F. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan output SPSS, dengan kriteria pengujian hipotesis dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 95% atau toleransi kesalahan 5% ditentukan:

H1 : $b_1, b_2 \neq 0$, artinya secara simultan terdapat pengaruh *E-Service Quality* dan harga terhadap kepuasan pelanggan

H0 : $b_1, b_2 = 0$, artinya)secara simultan tidak terdapat pengaruh *E-Service Quality* dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk mengetahui apakah hipotesis ditolak atau diterima, rumus untuk menguji hipotesis dapat dilihat pada halaman selanjutnya.

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

Keterangan:

R^2 = Kuadrat koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel bebas (independen)

n = Jumlah sampel

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F tabel

(n-k-1) = Derajat kebebasan

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

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$: maka H_0 ditolak dan H_1 diterima berarti terdapat pengaruh *E-Service Quality* dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak berarti tidak terdapat pengaruh *E-Service Quality* dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

3.6.2. 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. Hipotesis parsial yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. *E-Service Quality* terhadap kepuasan pelanggan
 - a. $H_0 : b_1 = 0$, tidak terdapat pengaruh *E-Service Quality* terhadap kepuasan pelanggan.
 - b. $H_1 : b_1 \neq 0$, terdapat pengaruh *E-Service Quality* terhadap kepuasan pelanggan.
2. Harga terhadap kepuasan pelanggan
 - a. $H_0 : b_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.
 - b. $H_1 : b_2 \neq 0$, terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.

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

$$t_{hitung} = \frac{b_j}{Sb_j}$$

Keterangan:

t-hitung = statistik uji korelasi

n = jumlah sampel

r = nilai koefisien korelasi parsial

Selanjutnya hasil hipotesis thitung dibandingkan dengan ttabel dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.7. Rancangan Kuesioner

Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel *E-Service Quality* (X1) dan harga (X2) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel. Responden dapat memilih salah satu pernyataan yang sesuai pada jawaban alternatif yang sudah disediakan dengan skala likert.

3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang menjadi tempat penelitian dalam penelitian ini adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung terutama pada Program Studi Manajemen. Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari 2025 sampai April 2025.