

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan strategi yang ditempuh guna meraih tujuan penelitian. Sementara itu, penelitian adalah suatu rangkaian proses yang berangkat dari keinginan atau minat untuk mengkaji persoalan tertentu dan mencari jawabannya, lalu berlanjut menjadi suatu gagasan. Metode penelitian yang diterapkan dalam sebuah studi turut memengaruhi keberhasilan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono, (2023:2) Metode penelitian adalah serangkaian aktivitas yang mencakup pengumpulan data, analisis, serta pemberian interpretasi sesuai dengan sasaran penelitian.

Dalam metode ini, pendekatan ilmiah digunakan untuk memperoleh data dengan maksud dan manfaat tertentu. Ada empat istilah kunci yang harus diperhatikan, yaitu pendekatan ilmiah, data, tujuan, dan manfaat tertentu. Yang dimaksud dengan pendekatan ilmiah adalah bahwa kegiatan penelitian didasarkan pada karakteristik keilmuan, yakni rasional, empiris, dan sistematis. Penelitian yang bersifat rasional adalah penelitian yang memanfaatkan teori. Bersifat empiris berarti langkah-langkah yang diambil dapat diamati oleh indra manusia, sehingga orang lain pun bisa mengamati dan memahami cara-cara yang digunakan. Sementara itu, sistematis berarti proses dalam penelitian tersebut menerapkan langkah-langkah tertentu yang logis dan teratur Sugiyono, (2023:2-3).

Pada penelitian ini, peneliti mengumpulkan data yang berupa informasi terkait permasalahan yang akan dikaji, dengan maksud menjawab rumusan masalah

(baik deskriptif maupun verifikatif) serta membuktikan apakah hipotesis penelitian terbukti atau tidak. Adapun penjelasan mengenai metode deskriptif dan verifikatif adalah sebagai berikut. Berdasarkan pernyataan Sugiyono, (2023:64) deskriptif adalah suatu pernyataan masalah yang berkaitan dengan pertanyaan mengenai keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel maupun lebih (variabel yang berdiri sendiri). Metode deskriptif dalam penelitian ini dipakai untuk menjawab rumusan masalah tentang persepsi kemudahan dan kepercayaan Gen Z di Bandung terhadap *repurchase intention*, yang mencakup kemudahan dan kepercayaan pengguna Blibli.

Menurut Sugiyono, (2023:65) metode verifikatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis melalui analisis data secara statistik, sehingga dapat diperoleh hasil pengujian yang menunjukkan apakah hipotesis yang diajukan dapat diterima atau ditolak. Metode ini menekankan pada proses pembuktian hubungan dan pengaruh antarvariabel berdasarkan data empiris yang diperoleh dari responden. Metode deskriptif dalam penelitian ini dipakai untuk menjawab rumusan masalah tentang persepsi Gen Z di Bandung terhadap *repurchase intention*, yang mencakup kemudahan dan kepercayaan pengguna Blibli.

3.2 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian

Berdasarkan penelitian kuantitatif, variabel penelitian dapat diartikan sebagai segala hal yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari agar didapatkan informasi tentangnya, kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan Sugiyono, (2023:67) variabel merupakan atribut personal atau objek yang memperlihatkan “variasi” (perbedaan nilai atau keadaan) antara subjek yang satu dengan subjek

yang lain, maupun antara satu objek dengan objek lainnya. Adanya variasi tersebut memungkinkan variabel untuk diukur secara kuantitatif dan dianalisis secara sistematis guna menjelaskan fenomena yang diteliti.

Untuk memastikan pengukuran dalam penelitian ini jelas dan tepat, setiap variabel dibuatkan tabel operasional. Tabel ini berisi dimensi, indikator, ukuran, dan skala pengukuran dari masing-masing variabel. Dengan begitu, proses pengukurannya bisa dilakukan secara teratur, runut, dan tidak bias, sesuai dengan tujuan penelitian.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel merupakan karakteristik atau atribut dari individu maupun organisasi yang dapat diukur atau diamati, dengan kemampuan untuk bervariasi antar subjek penelitian. Variabel ini dipelajari guna menghasilkan data berupa kategori (data diskrit/nominal) atau data kontinum (ordinal, interval, rasio). Variasi tersebut ditetapkan oleh peneliti sebagai fokus utama penelitian untuk dianalisis secara lebih mendalam, sehingga dapat ditarik kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian Sugiyono, (2023:68). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas variabel independent yaitu *perceived ease of use* (kemudahan) (X1), *trust* (kepercayaan) (X2), serta variabel dependen, yaitu *repurchase intention* (minat beli ulang) (Y). penjelasan mengenai masing-masing variabel penelitian tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (*Independent*)

Menurut Sugiyono, (2023:68) variabel bebas merupakan variabel stimulus, prediktor, atau antecedent, yang dalam bahasa Indonesia dikenal sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan faktor yang memengaruhi atau

menjadi penyebab terjadinya perubahan maupun kemunculan variabel dependen (terikat). Berdasarkan pernyataan ini, terdapat variabel bebas atau *independent* yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

a. *Perceived Ease Of Use* (Persepsi Kemudahan) (X1)

Menurut Nuralam *et al.*, (2024:5) menyatakan bahwa:

“Perceived ease of use describes the ease with which users can use the technology, influencing their choice to adopt and persist in its use. Consistent research indicates that when users find an E-Commerce platform easy to navigate and use, they are more likely to purchase from it again, yang artinya artinya Perceived ease of use menggambarkan kemudahan pengguna dalam menggunakan teknologi, yang mempengaruhi pilihan mereka untuk mengadopsi dan terus menggunakannya. Penelitian yang konsisten menunjukkan bahwa ketika pengguna merasa platform E-Commerce mudah dinavigasi dan digunakan, mereka cenderung akan membeli lagi dari platform tersebut.”

b. *Trust* (Kepercayaan) (X2)

Menurut Astuti *et al.*, (2024:351) mendefinisikan bahwa:

“Kepercayaan adalah tingkat keyakinan dan kemampuan seseorang terhadap produsen atau penyedia layanan untuk memastikan keamanan dan kerahasiaan alat yang digunakan konsumen untuk mendapatkan kepercayaan dari penggunaannya.”

2. Variabel Terikat (Dependent)

Menurut Sugiyono, (2023:69) Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari keberadaan variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *Repurchase Intention* (minat beli ulang) (Y).

Menurut Prasetya, (2022:3) mengemukakan bahwa:

“Repurchase intention atau minat beli ulang merupakan respons dari pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan, yang diikuti oleh keinginan untuk mengkonsumsi kembali produk atau jasa tersebut.”

3.2.2 Operasional Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel adalah langkah penting dalam penelitian yang bertujuan untuk memudahkan pengukuran dan pemahaman terhadap variabel yang sedang diteliti. Pada tahap ini, setiap variabel diuraikan secara lebih rinci agar peneliti bisa menentukan alat ukur yang sesuai dengan konsep dan definisi yang sudah dibuat sebelumnya. Informasi yang dimuat dalam operasionalisasi variabel meliputi nama variabel, definisi operasional, indikator, ukuran, dan skala pengukuran. Agar lebih mudah dipahami dan diterapkan, operasionalisasi variabel biasanya disajikan dalam bentuk tabel. Tahapan ini menjadi landasan utama dalam menyusun instrumen penelitian serta melakukan analisis data secara sistematis.

Operasional variabel dalam penelitian ini didasarkan pada teori dan penelitian sebelumnya yang relevan, agar indikator yang digunakan benar-benar bisa mewakili konsep yang diukur. Dengan begitu, data yang diperoleh diharapkan akurat dan dapat dipakai untuk mencapai tujuan penelitian serta menguji hipotesis. Sesuai dengan fokus penelitian, yaitu *Perceived Ease Of Use* (X1), *Trust* (X2), serta pengaruh terhadap *Repurchase Intention* (Y), Ketiga variabel tersebut menjadi landasan untuk menentukan dimensi, yang kemudian dikembangkan menjadi indikator pengukuran. Indikator-indikator ini selanjutnya diubah menjadi butir pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner penelitian. Kuesioner disusun dengan skala pengukuran yang tepat agar data yang dihasilkan memenuhi kriteria valid dan reliabel. Berikut disajikan operasionalisasi dari masing-masing variabel dalam penelitian ini.

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Perceived Ease of Use (Persepsi kemudahan) (X1) <i>Perceived ease of use</i> menggambarkan kemudahan pengguna dalam menggunakan teknologi, yang mempengaruhi pilihan mereka untuk mengadopsi dan terus menggunakannya. Nuralam et al.,(2024:5)	Metode Pembayaran yang nyaman	Menyediakan metode pembayaran yang lengkap	Tingkat kelengkapan Blibli dalam fitur pembayaran	Ordinal	1
		Proses pembayaran yang cepat dan tidak rumit	Tingkat penggunaan yang terjadi saat pembayaran tidak ada kendala teknis	Ordinal	2
	Pilihan Porduk yang beragam	Tersedianya macam kategori produk yang dibutuhkan	Tingkat macam produk yang dijual	Ordinal	3
		Tersedianya variasi merek, harga produk	Tingkat keanekaragaman merek dan harga produk yang dijual	Ordinal	4
	Proses pembelian yang mudah	Langkah yang dilakukan pada saat pembelian cukup sederhana dan mudah dipahami	Tingkat kejelasan mengenai tombol yang digunakan pada Blibli	Ordinal	5
		Fitur pencarian produk mudah ditemukan dengan barang yang diinginkan	Tingkat daya ingat yang dipegang pengguna terhadap pengoperasian Blibli	Ordinal	6
	Sesuai dengan keinginan pengguna	Fitur sistem berada di tempat yang diharapkan	Tingkat kesesuaian letak tombol, menu, dan fitur di aplikasi Blibli dengan ekspektasi pengguna	Ordinal	7
		Alur pengoperasian sesuai dengan kebiasaan pengguna	Tingkat kesesuaian alur/langkahlangkah transaksi di Blibli dengan kebiasaan pengguna saat berbelanja online	Ordinal	8
Trust (Kepercayaan) (X2) Trust (kepercayaan) didefinisikan sebagai keyakinan individu terhadap	<i>Benevolence</i> (kesungguhan atau ketulusan)	Penjual mengutamakan kepentingan konsumen	Tingkat keyakinan kepada konsumen untuk mementingkan kebutuhan	Ordinal	9
		Penjual tulus dalam memberikan	Tingkat keyakinan melayani konsumen Blibli	Ordinal	10

Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
suatu objek atau entitas, hal ini pada gilirannya bertujuan untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan dari para pengguna layanan. Astuti et al., (2024:351)		pelayanan			
		Penjual bersikap ramah dan peduli	Tingkat keyakinan cus- tomer service terhadap keluhan konsumen	Ordinal	11
	<i>Ability</i> (kemampuan)	Penjual menguasai produk/layanan yang dijual	Tingkat Keyakinan bahwa Blibli menguasai produk yang dijual	Ordinal	12
		Penjual mampu memproses transaksi dengan aman dan cepat	Tingkat mampu memproses transaksi dengan aman & cepat	Ordinal	13
		Penjual mampu memberikan solusi jika terjadi masalah	Tingkat keyakinan bahwa Blibli mampu memberikan solusi saat ada masalah	Ordinal	14
	<i>Integrity</i> (integritas)	Penjual jujur dalam memberikan informasi produk (spesifikasi, harga, stok)	Tingkat keyakinan bahwa informasi produk yang ditampilkan Blibli sesuai dengan kenyataan	Ordinal	15
		Penjual menepati janji layanan (misal: garansi, pengiriman)	Tingkat keyakinan bahwa Blibli memenuhi janji layanan yang diberikan	Ordinal	16
		Penjual konsisten dengan kebijakan yang diberlakukan	Tingkat keyakinan bahwa Blibli menerapkan kebijakan secara konsisten tanpa berubahubah	Ordinal	17
	<i>Willingness to depend</i>	Kesediaan menerima Risiko, konsumen tetap mau bertransaksi meskipun ada risiko kecil	Tingkat kesediaan konsumen tetap bertransaksi di Blibli meskipun ada risiko kecil	Ordinal	18
		Ketergantungan layanan purna jual, konsumen bersandar pada kebijakan retur/komplain penjual	Tingkat kepercayaan konsumen terhadap kebijakan retur dan komplain yang disediakan Blibli	Ordinal	19
		Kesediaan memberikan data	Tingkat kepercayaan	Ordinal	20

Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		pribadi, konsumen percaya data aman dan tidak disalahgunakan.	konsumen bahwa data pribadi aman dan tidak disalahgunakan oleh Blibli.		
Repurchase Intention (Y) <i>Repurchase intention</i> dapat didefinisikan sebagai bentuk tanggapan positif yang diberikan pelanggan setelah menerima produk atau jasa dari suatu perusahaan. Tanggapan positif ini selanjutnya melahirkan keinginan dalam diri pelanggan untuk melakukan pembelian ulang atau mengonsumsi kembali produk dan jasa yang sama di kemudian hari. Prasetia, (2022:3)	Frekuensi pembelian	Pembelian berulang	Tingkat niat konsumen untuk membeli kembali produk yang sama di Blibli di masa mendatang	Ordinal	21
		Rutinitas belanja	Tingkat kebiasaan konsumen untuk menjadikan Blibli sebagai pilihan utama saat berbelanja online	Ordinal	22
	Komitmen pelanggan	Loyalitas platform	Tingkat komitmen konsumen untuk tetap menggunakan Blibli dibandingkan platform lain	Ordinal	23
		Ketahanan kompetisi	Tingkat niat konsumen untuk tetap memilih Blibli meskipun ada tawaran menarik dari kompetitor.	Ordinal	24
	Rekomendasi positif	Endorsement	Tingkat kesediaan konsumen untuk mendukung dan mempromosikan Blibli kepada orang lain	Ordinal	25
		Rekomendasi	Tingkat kesediaan konsumen untuk menyarankan orang lain agar berbelanja di Blibli		26

Sumber: Data diolah Peneliti, April 2026

Berdasarkan tabel 3.1 mengenai operasional variabel, dapat diketahui bahwa tabel tersebut menjadi dasar dalam penyusunan kuesioner sebagai alat ukur penelitian. Terdapat total 26 item, yang berarti kuesioner akan terdiri dari 26 pertanyaan atau pernyataan yang akan diberikan kepada responden yaitu

pengguna *E-Commerce* Blibli dari generasi Z, guna mendukung pelaksanaan penelitian ini.

3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi dalam sebuah penelitian menjadi sebuah objek yang memiliki karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Data yang sudah didapatkan oleh peneliti perlu dilakukannya sampel yang bersifat representatif agar hasil penelitian dapat dikaitkan dengan populasi. Peneliti juga perlu melakukan Teknik sampling yang bergantung pada jenis penelitian, tujuan, ukuran populasi dan sampel sehingga penelitian ini menjadi valid dan reliabel.

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada dalam cakupan generalisasi penelitian dan memiliki jumlah serta karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti lebih lanjut, sehingga dapat ditarik kesimpulan berdasarkan hasil penelitian tersebut Sugiyono, (2023:126). Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Kota Bandung yang masih menggunakan platform Blibli sebagai *E-Commerce* penjualan *online*. Namun, data spesifik jumlah pengguna Blibli bersifat proprietary sehingga tidak tersedia secara publik melalui BPS, APJII, atau survey *E-Commerce*. Oleh karena itu, peneliti menggunakan data penduduk generasi Z Kota Bandung tahun 2024.

Berdasarkan data Statistik, (2023) Generasi Z adalah kelompok generasi yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012, sehingga saat ini berada pada kis-aran usia sekitar 14 sampai 29 tahun. Hal ini dibuktikan dalam Tabel 3.2 sebagai berikut.

Tabel 3.2
Data Jumlah Populasi Generasi Z di Kota Bandung 2024

Kelompok umur	Laki-laki (jiwa)	Perempuan (jiwa)	Jumlah Total (jiwa)
15-19 tahun	102.001	96.208	198.209
20-24 tahun	105.510	102.778	208.288
25-29 tahun	102.097	101.857	203.954
Total	309.608	300.843	610.451

Sumber: bandungkota. Bps.go.id (2025)

Berdasarkan pada tabel 3.2 menunjukkan bahwa jumlah penduduk generasi z di Kota Bandung pada tahun 2024 sebanyak:

$$610.451 \div 3 = 203.483 \text{ orang}$$

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang sama. Ketika populasi terlalu besar sehingga tidak memungkinkan untuk diteliti seluruhnya karena keterbatasan biaya, tenaga, atau waktu, peneliti dapat menggunakan sampel. Agar kesimpulan dari sampel bisa berlaku untuk populasi, sampel tersebut harus benar-benar mewakili populasinya (representatif) Sugiyono, (2023:127). Dalam penelitian ini, tidak semua populasi dijadikan sampel, melainkan hanya sebagian yang memenuhi kriteria responden peneliti, yaitu pengguna yang pernah melakukan transaksi pembelian melalui platform Blibli di Kota Bandung.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menentukan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kepercayaan 90% dan *margin of error* (e) sebesar 10% dengan perhitungan sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e^2 : Tingkat Kesalahan 10% (0,1)

Berdasarkan data yang dirilis oleh Bps.statistik, (2025) jumlah populasi yang teridentifikasi sebagai Generasi Z dalam penelitian ini sebanyak 610.451 individu. Selanjutnya, untuk menentukan jumlah sampel yang representatif dari populasi tersebut, peneliti menetapkan tingkat kesalahan yang dapat ditoleransi (*margin of error*) sebesar 10% (0,1), yang setara dengan tingkat kepercayaan (*confidence level*) sebesar 90%. Berdasarkan parameter tersebut, perhitungan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan perhitungan slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{610.451}{1 + 610.451(0,1)^2}$$

$$n = \frac{610.451}{6.105,51} = 99,98 \approx 100 \text{ Responden}$$

Berdasarkan perhitungan rumus *slovin* di atas, peneliti membulatkan perolehan ukuran *sample* (n) dalam penelitian ini menjadi 100 orang/responden. Penelitian ini akan menggunakan batas kesalahan sebesar 10% berarti memiliki tingkat keakuratan 90%. Jumlah persentase ini akan dijadikan sebagai ukuran sampel penelitian pada pengguna Bibli Gen Z di Kota Bandung dengan kriteria umur 15 tahun sampai dengan 29 tahun.

3.3.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono, (2023:128) teknik *sampling* merupakan metode yang dipakai untuk memilih sampel dari populasi. Ada berbagai macam teknik yang bisa digunakan peneliti dalam menentukan sampel mana saja yang akan diambil untuk penelitian. Teknik *sampling* pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *Prob-*

ability sampling dan *Nonprobability sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik *Nonprobability sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel Sugiyono, (2023:131).

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan teknik *non-probability sampling*, khususnya metode *sampling* insidental. Teknik ini menentukan sampel berdasarkan kebetulan, seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono, (2023:131). Dengan kata lain, responden dipilih apabila secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti di lokasi penelitian dan memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Hanya individu tertentu yang memenuhi kriteria yang akan dijadikan sampel penelitian. Pendekatan ini dipilih karena responden dianggap memiliki pengalaman yang relevan, sehingga dapat memberikan data yang lebih akurat dan valid. Teknik *non-probability sampling* yang digunakan *Purposive Sampling* dengan kriteria penduduk kota Bandung, yang masih menggunakan platform Blibli sebagai media alat transaksi jual beli di kalangan Generasi Z. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Individu yang termasuk dalam kategori Generasi Z
2. Berdomisili di Kota Bandung
3. Kriteria umur 15 tahun sampai dengan 29 tahun
4. Responden yang sampai saat ini masih menggunakan platform Blibli
5. Responden yang mempunyai frekuensi pembelian 1 sampai 3 kali pembelian
6. Reponden yang siap untuk mengisi kuesioner

Berdasarkan karakteristik responden yang akan difokuskan pada pengguna Blibli. Fokus pada karakteristik ini bertujuan untuk memperoleh data yang relevan, terukur dan mampu merepresentasikan populasi yang menjadi sasaran penelitian.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi atau data yang diperlukan dalam penelitian sehingga menghasilkan data yang akurat yang akan mempengaruhi kesimpulan penelitian Sugiyono, (2023:194). Data terbagi 2 (dua) bagian yaitu:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*): Penelitian lapangan adalah metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung di lokasi penelitian dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang relevan sesuai dengan objek penelitian. Terdapat 2 jenis penelitian lapangan sebagai berikut:
 - a. Pengamatan (*Observation*): Teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung. Observasi digunakan sebagai data yang mempunyai ciri spesifik dibandingkan dengan teknik lain Sugiyono, (2023:203). Observasi ini dilakukan dengan secara terbatas untuk mendukung pemahaman peneliti mengenai penggunaan kembali terhadap platform Blibli, serta berbagai kondisi seperti perspektif kemudahan dan kepercayaan dalam transaksi *digital*.
 - b. Penyebaran angket (Kuesioner): Penyebaran angket adalah metode yang dilakukan dengan cara menyebarkan serangkaian pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada responden Sugiyono, (2023:199). Kuesioner dapat disusun dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan tertutup maupun terbuka, serta dapat disebarkan secara langsung ataupun media *online*. Kuesioner dalam penelitian ini disusun berdasarkan indikator yang meliputi variabel persepsi kemudahan (X1), kepercayaan (X2) dan pembelian ulang (Y). kuesioner

kemudian disebarkan secara *online* menggunakan Google Form kepada responden yang telah memenuhi kriteria penelitian.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*): Penelitian kepustakaan adalah metode yang dilakukan dengan melakukan penelaahan literatur, dokumen, atau sumber informasi tertulis lainnya yang sesuai dengan judul penelitian yang bertujuan untuk memperoleh landasan teori, kerangka pemikiran atau pandangan dari penelitian terdahulu sebagai dasar analisis serta perbandingan terhadap data lapangan.

- a. Studi Kepustakaan

Studi Kepustakaan adalah metode pengumpulan data melalui penelaahan berbagai sumber tertulis, seperti referensi ilmiah, buku, dan literatur lain yang relevan dengan variabel penelitian. Pendekatan ini bertujuan untuk menyusun landasan teori yang kuat sebagai dasar analisis dan pembahasan hasil penelitian

- b. Jurnal Ilmiah

Jurnal ilmiah berperan sebagai sumber data sekunder yang berisi hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik yang dikaji. Jurnal-jurnal tersebut digunakan untuk memperluas tinjauan teori, membandingkan hasil temuan, serta memperkuat argumentasi dalam pembahasan persepsi kemudian, kepercayaan, serta niat beli ulang terhadap *E-Commerce*.

- c. Internet

Internet merupakan salah satu sumber data sekunder yang dimanfaatkan untuk mengakses informasi yang relevan dengan topik penelitian. Melalui internet, peneliti dapat memperoleh berbagai data pendukung, seperti laporan

resmi, publikasi institusi, serta sumber ilmiah lainnya, termasuk jurnal akademik, artikel penelitian, dan karya tulis yang terpublikasi secara resmi.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono, (2023:156) menyatakan bahwa:

“Pada prinsipnya, penelitian itu identik dengan kegiatan mengukur. Maka dari itu, harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasanya disebut instrumen penelitian. Dengan demikian, instrumen penelitian adalah alat yang dipakai untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang sedang diamati. Secara lebih spesifik, fenomena-fenomena ini disebut sebagai variabel penelitian.”

Instrumen penelitian adalah alat untuk mengukur nilai variabel dalam rangka memperoleh data bagi proses analisis. Banyaknya instrumen yang digunakan disesuaikan dengan jumlah variabel yang diteliti. Banyaknya instrument yang digunakan menyesuaikan dengan jumlah variabel yang diteliti. Instrumen ini berupa kuesioner yang disusun berdasarkan jumlah indikator dari variabel persepsi kemudahan, kepercayaan dan niat beli ulang pada *E-Commerce* Blibli. Untuk memastikan kualitas instrumen, dilakukan dua jenis pengujian, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

Uji validitas bertujuan untuk menguji sejauh mana instrumen mampu mengukur konsep yang hendak diukur sesuai dengan tujuan penelitian. Suatu instrumen dikatakan valid jika setiap item pernyataannya mampu merepresentasikan variabel penelitian secara tepat dan menghasilkan data yang mencerminkan kondisi yang sebenarnya. Sementara itu, uji reliabilitas dilakukan untuk menguji tingkat konsistensi instrumen dalam menghasilkan hasil pengukuran yang stabil ketika digunakan pada kondisi yang relatif sama. Instrumen yang memiliki reliabilitas tinggi menunjukkan bahwa alat ukur tersebut dapat digunakan secara konsisten dalam penelitian

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan proses untuk membandingkan data yang diperoleh peneliti dengan data yang sebenarnya, dengan tujuan memastikan bahwa setiap item dalam instrumen benar-benar mampu mengukur apa yang memang ingin diukur. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah setiap item dalam instrumen dinyatakan valid atau tidak berdasarkan kesesuaiannya dengan skor total Sugiyono, (2023:176).

Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam proses pengumpulan data, diharapkan hasil penelitian juga akan menjadi valid dan reliabel. Dengan demikian, instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat mutlak untuk memperoleh hasil penelitian yang valid dan reliabel. Namun demikian, hal ini tidak berarti bahwa ketika instrumen telah terbukti valid dan reliabel, maka secara otomatis hasil (data) penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Hasil penelitian masih akan dipengaruhi oleh kondisi objek yang diteliti serta kemampuan orang yang menggunakan instrumen dalam mengumpulkan data. Oleh karena itu, peneliti harus mampu mengendalikan objek yang diteliti serta meningkatkan kemampuan dalam menggunakan instrumen untuk mengukur variabel yang diteliti Sugiyono, (2023:177).

Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan terhadap setiap butir pernyataan. Caranya adalah dengan mengkorelasikan skor masing-masing butir dengan skor total, yaitu jumlah dari seluruh skor item dalam satu variabel. Nilai korelasi yang didapatkan kemudian dibandingkan dengan nilai standar validitas yang sudah ditetapkan. Teknik korelasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah korelasi *Pearson Product Moment*, seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono, (2023:246) Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XiYi) - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{\{n(\sum Xi^2) - (\sum Xi)^2\}\{n(\sum Yi)^2 - (\sum Yi)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi

n : Jumlah responden uji sampel

$\sum xi$: Jumlah hasil pengamatan variabel x

$\sum yi$: Jumlah hasil pengamatan variabel y

$\sum xy$: Jumlah perkalian hasil pengamatan variabel x dan variabel

$\sum x^2$: Jumlah kuadrat pada masing masing skor x

$\sum y^2$: Jumlah kuadrat pada masing masing skor y

Dalam penelitian ini, uji validitas kuesioner dilakukan secara satu arah karena hipotesis yang disusun mengarah pada hubungan yang bersifat positif. Adapun dasar dalam pengambilan keputusan pada uji validitas adalah sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} \geq 0,3$, maka *instrument* atau item pernyataan memiliki korelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
2. Jika $r_{hitung} \leq 0,3$, maka *instrument* atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Menurut Sugiyono, (2023:180), korelasi antara skor masing-masing item dengan total harus memenuhi syarat bahwa nilai indeks validitasnya bersifat positif dan minimal sebesar 0,3. Oleh karena itu, setiap item pernyataan yang memiliki nilai korelasi di bawah 0,3 dianggap tidak valid dan perlu direvisi. Dalam penelitian ini, uji validitas akan dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS (*Statistical Product and Service Solution*).

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui seberapa andal suatu instrumen penelitian, yaitu sejauh mana alat ukur tersebut bisa memberikan hasil yang konsisten jika dipakai berkali-kali untuk mengukur objek atau gejala yang sama. Uji ini menunjukkan tingkat konsistensi dan kestabilan data dari instrumen. Instrumen yang tidak reliabel berisiko menghasilkan data yang tidak konsisten, yang pada akhirnya bisa membuat kesimpulan menjadi bias dan tidak akurat Sugiyono, (2023:185). Perlu diketahui, uji reliabilitas hanya dilakukan pada item pernyataan yang sudah dinyatakan valid. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan metode *Cronbach's Alpha* (α) menggunakan software SPSS. Berikut adalah rumus *Cronbach's Alpha* (α) yang digunakan:

$$r^1 \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_1 = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah Varians butir

σ_t^2 = Varians total

Hasil uji reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha* dapat diketahui dari nilai koefisien Alpha yang dihasilkan. Apabila nilai Alpha $\geq 0,7$, maka instrumen penelitian dikatakan reliabel. Sebaliknya, jika nilai Alpha $\leq 0,7$, maka instrumen dinyatakan tidak reliabel. Selain menggunakan nilai Alpha, uji reliabilitas juga bisa dilakukan dengan cara membandingkan nilai r_{hitung} dan nilai r_{kritis} yang

disesuaikan dengan jumlah responden dan tingkat signifikansi yang dipakai.

Adapun ketentuannya sebagai berikut:

- a. Bila $(r_{hitung}) \geq (r_{tabel})$: maka pernyataan tersebut dikatakan reliabel.
- b. Bila $(r_{hitung}) \leq (r_{tabel})$: maka pernyataan tersebut dikatakan tidak reliabel.

3.6 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Analisis data adalah kegiatan mengolah data yang sudah dikumpulkan dari seluruh responden atau sumber data lainnya. Kegiatan yang dilakukan dalam analisis data antara lain: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, membuat tabulasi data dari seluruh responden, menyajikan data untuk setiap variabel yang diteliti, menghitung hal-hal yang diperlukan untuk menjawab rumusan masalah, serta melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang sudah diajukan Sugiyono, (2023:206).

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner melalui re- sponden. Setiap jawaban dari responden kemudian diberi skor berdasarkan skala Likert. Menurut Sugiyono, (2023:146) Skala Likert adalah alat ukur yang dipakai untuk menge- tahuhi sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu fenomena sosial. Dengan menggunakan skala Likert, variabel penelitian bisa dijabarkan menjadi beberapa indikator, yang selanjutnya dijadikan dasar untuk menyusun item-item instrumen penelitian, baik dalam bentuk pernyataan maupun pertanyaan. Setiap item yang disusun dengan skala Likert menyediakan pilihan jawaban yang berjenjang mulai dari yang sangat positif sampai yang sangat negatif. Masing-masing pilihan jawaban tersebut diberi bobot skor sebagai berikut:

Tabel 3.2
Alternatif Jawaban dengan Skala Likert

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

Sumber: Sugiyono, (2023:147)

3.6.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono, (2023:206) analisis deskriptif adalah alat statistik yang dipakai untuk menggambarkan atau menjelaskan data yang sudah dikumpulkan sesuai dengan keadaan aslinya. Metode ini tidak bertujuan untuk mengambil kesimpulan yang bisa digeneralisasikan ke populasi yang lebih luas. Dalam penelitian ini, metode deskriptif yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah bagaimana tanggapan pengguna mengenai *Perceived ease of use* (X1), *Trust* (X2), dan *Repurchase intention* (Y) pada *E-Commerce* Blibli di Kota Bandung.

Peneliti akan menggambarkan data dari masing-masing variabel dalam penelitian dengan cara menyusun tabel distribusi frekuensi, guna mengetahui tingkat pencapaian skor dari setiap variabel yang diteliti. Untuk menghitung skor rata-rata, dilakukan dengan mem- bagi total skor kuesioner dengan jumlah pertanyaan dikalikan jumlah responden. Adapun rumus perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$\sum p = \frac{\sum \text{jawaban Kuisisioner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}} = \text{Skor rata - rata}$$

Setelah memperoleh nilai skor rata-rata, hasil tersebut akan ditempatkan dalam garis kontinum untuk melihat kecenderungan jawaban para responden. Kecenderungan ini akan dianalisis berdasarkan kategori rentang skor yang

ditentukan dari rata-rata skor tersebut. Adapun rumus perhitungan untuk menentukan rentang kategori skor adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Nilai Tertinggi : 5

Nilai Terendah : 1

Interval : $5 - 1 = 4$

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

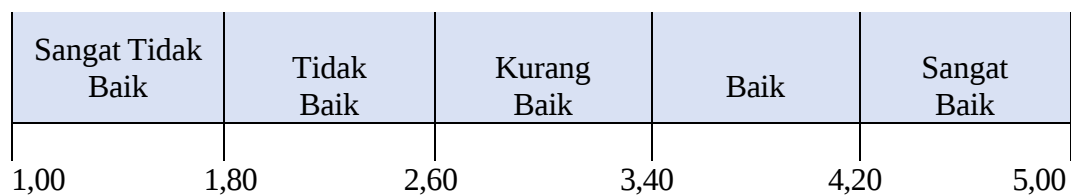
Berdasarkan perhitungan nilai jenjang interval, maka dapat diketahui kategori skala *Tabel* atau kategori nilai rata-rata sebagai berikut:

Tabel 3.3
Kategori Skala Pengukuran

Skala	Kriteria
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 (2023:147)

Setelah nilai rata-rata jawaban dan kategorinya telah diketahui, kemudian hasil tersebut akan diinterpretasikan dengan menggunakan alat bantu garis kontinum, sebagai berikut:



Gambar 3.1
Garis Kontinum

Berdasarkan gambar 3.1 menunjukkan bahwa range dari 1,00 hingga 1,80 menunjukkan hasil pengukuran sangat tidak setuju, selanjutnya pada range 1,80 hingga 2,60 menunjukkan hasil pengukuran yang tidak setuju, pada range 2,60 hingga 3,40 menunjukkan hasil pengukuran kurang setuju, pada range 3,40 hingga 4,20 menunjukkan hasil pengukuran setuju dan pada range 4,20 hingga 5,00 menunjukkan hasil pengukuran yang sangat setuju.

3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif adalah metode yang digunakan untuk menguji keterkaitan antara dua variabel atau lebih. Tujuannya adalah untuk membuktikan apakah hipotesis yang sudah dibuat dalam penelitian benar atau tidak. Menurut Sugiyono, (2023:65) analisis verifikatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis dengan memeriksa hubungan antara dua variabel atau lebih sehingga dapat mengetahui apakah suatu variabel dapat mempengaruhi variabel lain dan mendapatkan bukti empiris yang kuat tentang hubungan yang diteliti.

Dalam penelitian ini, analisis verifikatif yang digunakan untuk membuktikan pengaruh variabel *perceived ease of use* (persepsi kemudahan), dan *trust* (kepercayaan) terhadap *repurchase intention* pada pengguna Bibli. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, karena variabel independen dalam penelitian ini memiliki pengaruh langsung terhadap variabel dependen. Adapun beberapa pengujian yang digunakan dalam analisis verifikatif meliputi:

3.6.2.1 Method of Succesive Interval (MSI)

Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan dari kuesioner masih berbentuk skala ordinal (skala *likert*). Pada dasarnya analisis statistik parametrik yang akan

digunakan untuk mensyaratkan data dalam bentuk skala interval. Oleh karena itu, peneliti harus mengubah data ordinal tersebut menjadi data interval terlebih dahulu. Perubahan ini dilakukan dengan menggunakan teknik *Method of Successive Interval* (MSI) yang tersedia di program Microsoft Excel, sebelum data diolah lebih lanjut dengan metode statistik parametrik. Adapun tahapan dalam penerapan metode MSI adalah sebagai berikut:

1. Menentukan frekuensi jawaban responden berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, lalu menghitung berapa banyak responden yang memberikan skor 1-5 untuk setiap pertanyaan
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditetapkan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Menghitung persentase masing-masing skor dengan cara membagi frekuensi setiap skor dengan total seluruh responden
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya digunakan untuk mendekati atribut normal.
5. Menggunakan tabel distribusi normal standar untuk menentukan nilai Z.
6. Menghitung nilai skala atau *Scale Value* (SV) sebagai hasil transformasi dari skala ordinal ke skala interval.

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

Keterangan:

Scale Value : Nilai Skala

Density of Lower Limit : Densitas Batas Bawah

Density of Upper Limit : Densitas Batas Atas

Area Under Upper Limit : Daerah Dibawah Batas Atas

Area Under Lower Limit : Daerah Dibawah Batas Bawah

7. Melakukan perhitungan nilai transformasi untuk setiap alternatif jawaban dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$y = sv + [k](1)$$

Keterangan:

y : Skor hasil transformasi (skala interval

SV : *Scale value* (nilai skala)

K : Konstanta penggeser supaya skor tidak negatif

Dalam proses pengolahan data, peneliti akan memanfaatkan bantuan software yaitu program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) untuk mempermudah proses transformasi data dari skala ordinal ke skala interval, langkah ini dilakukan agar data dapat diolah lebih lanjut dengan teknis analisis statistik yang sesuai.

3.6.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan metode statistik yang digunakan untuk menguji hubungan linier antara dua variabel atau lebih variabel independent dengan satu variabel dependen Sugiyono, (2023:241). Teknik ini digunakan untuk mengetahui arah dan besar pengaruh masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), baik pengaruh positif maupun negatif. Regresi linier berganda juga dapat digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan perubahan pada variabel independent. Adapun persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Y : Variabel terikat (niat beli ulang)

α : Bilangan Konstanta

β_1, β_2 : Koefisien persepsi kemudahan, dan kepercayaan

X1 : Variabel bebas (Persepsi Kemudahan)

X2 : Variabel bebas (Kepercayaan)

e : Tingkat kesalahan yang mempengaruhi Y (*standar error*)

3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan teknik analisis statistik yang digunakan untuk menghubungkan dua atau lebih variabel bebas (X1, X2) dengan satu variabel terikat (Y). Angka korelasi ini menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel-variabel bebas secara bersama-sama dalam menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel terikat (Mutmainah, 2024:34). Analisis korelasi berganda dalam penelitian ini dipakai untuk mengukur seberapa erat hubungan antara *perceived ease of use* (X1) dan *trust* (X2) dengan *repurchase intention* (Y) pada pengguna *E-Commerce* Blibli. Analisis ini bertujuan untuk melihat seberapa kuat hubungan antara variabel-variabel tersebut secara bersama-sama. Selanjutnya, perhitungannya dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{JK \text{ (regresi)}}{\sum Y^2}$$

Keterangan:

R^2 : Koefisien korelasi ganda

JKregresi : jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi $\sum$

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

Cara untuk mencari $JK_{(reg)}$ yaitu dihitung dengan rumus berikut:

$$JK_{(reg)} = \beta_1 \sum X_2 Y + \beta_2 \sum X_2 Y$$

Dimana:

$$\sum X_1 Y = \left(\sum X_1 Y \right) - \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{n}$$

$$\sum X_2 Y = \left(\sum X_2 Y \right) - \frac{(\sum X_2)(\sum Y)}{n}$$

Untuk mencari $\sum Y^2$ menggunakan rumus berikut:

$$\sum Y^2 = \sum Y - \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

Berdasarkan nilai koefisien (R) yang diperoleh dapat dihubungkan dengan $1 < R < 1$, sedangkan masing masing nilai R adalah sebagai berikut:

1. Apabila $r = 1$, maka terdapat hubungan antara variabel X_1 , X_2 , dan Y semua positif
2. Apabila $r = -1$, maka terdapat hubungan antara variabel X_1 , X_2 , dan Y semua negatif
3. Apabila $r = 0$, maka tidak terdapat hubungan antara variabel X_1 , X_2 , dan Y .
4. Apabila nilai r berada di antara -1 dan 1 , maka tanda $(-)$ menyatakan adanya korelasi tidak langsung atau korelasi negatif dan tanda $(+)$ menyatakan adanya korelasi langsung (positif).

Besar kecilnya nilai koefisien korelasi mencerminkan kuat atau lemahnya hubungan antarvariabel yang diteliti. terdapat dalam klasifikasi nilai koefisien korelasi sebagaimana disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 3.4
Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, (2023:248)

3.6.2.4 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya persentase (%) pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen Mutmainah, (2024:45). Koefisien determinasi dalam penelitian ini berfungsi untuk melihat sejauh mana persepsi kemudahan (X1), kepercayaan (X2), mampu menjelaskan perilaku pengguna Blibli terhadap niat membeli ulang (Y). Perhitungan koefisien determinasi dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu koefisien determinasi berganda secara simultan dan koefisien determinasi secara parsial. Berikut merupakan rumusnya:

1. Analisis Koefisien Determinasi Berganda (Simultan)

Analisis koefisien determinasi berganda secara simultan digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen. Melalui analisis ini dapat diketahui seberapa besar kontribusi persepsi kemudahan (X1), dan kepercayaan (X2), dalam menjelaskan variasi mengenai perilaku niat beli ulang pada pengguna Blibli (Y). Adapun rumus yang digunakan dalam analisis koefisien determinasi berganda simultan adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd : Nilai koefisien determinasi

r : Koefisien korelasi *product moment*

100% : Pengali yang menyatakan persentase

2. Analisis Koefisien Determinasi Partial

Analisis determinasi partial digunakan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh masing-masing variabel independent terhadap variabel dependen secara terpisah. Koefisien determinasi partial dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur kontribusi persepsi kemudahan (X_1), dan kepercayaan (X_2), dalam menjelaskan variasi mengenai perilaku niat beli ulang pada pengguna Blibli (Y) secara parsial, dengan asumsi variabel independen lainnya bersifat konstan. Nilai koefisien determinasi parsial menunjukkan besar masing-masing variabel independen mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen. Adapun perhitungan koefisien determinasi parsial dapat dilakukan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd : Koefisien determinasi

β : Beta (nilai *standardized coefficients*)

Zero Order : Korelasi variabel independen dengan variabel dependen

100% : Pengali yang menyatakan dalam persentase Kriteria dalam analisis koefisien determinasi adalah:

- a. Jika Kd mendekati (0), berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinya- takan lemah.

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

3.6.3 Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan sementara yang disusun sebagai jawaban awal permasalahan penelitian dan masih memerlukan pembuktian secara empiris. Hipotesis disebut bersifat sementara karena kebenarannya baru didapat setelah peneliti melakukan pengumpulan dan pengolahan data, kemudian mengujinya melalui prosedur statistik yang sesuai. Pengujian hipotesis bertujuan untuk menentukan apakah hipotesis yang telah dirumuskan dapat diterima atau ditolak berdasarkan hasil analisis data Sugiyono, (2023:99). Rancangan pengujian hipotesis penelitian ini untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh persepsi kemudahan (X_1), dan kepercayaan (X_2), terhadap perilaku niat beli ulang pada pengguna Blibli (Y) dengan menggunakan uji f dan uji t sebagai berikut:

3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan apakah seluruh variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara bersamaan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pelaksanaan uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} . Nilai F_{hitung} sendiri diperoleh melalui hasil pengolahan data menggunakan program SPSS pada bagian ANOVA. Adapun hipotesis statistik yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

- $H_0: \beta_1, \beta_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh persepsi kemudahan (X_1) dan kepercayaan (X_2) secara simultan terhadap niat beli ulang (Y) pada pengguna Blibli
- $H_1: \beta_1, \beta_2 \neq 0$, terdapat pengaruh persepsi kemudahan (X_1) dan kepercayaan (X_2) secara simultan terhadap niat beli ulang (Y) pada pengguna Blibli.

Hipotesis yang telah dirumuskan, selanjutnya akan diuji untuk mengetahui hipotesis tersebut diterima atau ditolak. Untuk mengetahui pengujian signifikan koefisien regresi berganda, digunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

R^2 : Kuadrat koefisien korelasi ganda

K : Jumlah variabel independen

n : Jumlah anggota sampel

F : Fhitung yang selanjutnya dibandingkan dengan Ftabel ($n - k - 1$) = derajat kebebasan.

Pasangan hipotesis tersebut selanjutnya diuji untuk apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak, pengujian yang akan digunakan yaitu $\alpha = 0,05$. Selanjutnya hasil hipotesis Fhitung akan digabungkan dengan Ftabel. Berikut adalah ketentuannya:

1. Jika Fhitung > Ftabel atau nilai Sig. < 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima (model signifikan)
2. Jika Fhitung < Ftabel atau nilai Sig. > 0,05, maka H0 diterima dan H1 ditolak (model tidak signifikan).

3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji Hipotesis t merupakan metode yang digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Sugiyono, (2023:258). Tujuannya untuk mengetahui apakah setiap variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen jika diuji secara

terpisah. Hipotesis parsial selanjut-nya akan dirumuskan ke dalam bentuk statistic sebagai berikut:

1. Pengaruh X1 terhadap Y

H0 : $\beta_1 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh persepsi kemudahan secara parsial terhadap niat beli ulang pada pengguna Blibli

H1 : $\beta_1 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh persepsi kemudahan secara parsial terhadap niat beli ulang pada pengguna Blibli

2. Pengaruh X2 terhadap Y

H0 : $\beta_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap niat beli ulang pada pengguna Blibli

H1 : $\beta_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap niat beli ulang pada pengguna Blibli.

Selanjutnya dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus uji hipotesis parsial (Uji t) pada tingkat signifikansi sebesar 5% dengan tingkat kepercayaan 95% dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

t_{hitung} : Nilai Uji t

n : Jumlah sampel

t : t_{hitung} yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t_{tabel}

Selanjutnya tingkat kesalahan yang dapat ditoleransi atau tingkat signifikansinya dalam penelitian ini yang menetapkan sebesar $\alpha = 0.5$ dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Apabila $T_{hitung} > T_{tabel} (\alpha) = 0,1$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Apabila $T_{hitung} < T_{tabel} (\alpha) = 0,1$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang menggunakan pertanyaan/ Pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden. Kuesioner dapat berupa pertanyaan tertutup maupun terbuka, serta dapat disampaikan secara langsung, melalui pos, maupun via internet Sugiyono, (2023:199). Penyesuaian terhadap responden dapat dilakukan dengan tujuan memperoleh pemahaman yang lebih akurat mengenai variabel-variabel yang dianggap penting oleh responden dalam konteks penelitian. Instrumen yang digunakan berupa kuesioner, yang dirancang berdasarkan indikator-indikator dari masing-masing variabel yang telah dijelaskan pada tabel operasional variabel.

Dalam penelitian ini, kuesioner memuat pernyataan yang berkaitan dengan persepsi kemudahan (X_1) dan kepercayaan (X_2) terhadap niat beli ulang (Y) pada pengguna Bibli. Kuesioner dalam penelitian ini bersifat tertutup, artinya pernyataan-pernyataan yang disusun akan mengarahkan responden untuk memilih jawaban dari alternatif yang telah ditentukan sebelumnya. Dengan pendekatan ini, responden tidak diberikan ruang untuk menjawab secara bebas, melainkan hanya memilih opsi yang telah disediakan peneliti pada kolom jawaban yang tersedia.

1. Sangat Setuju (SS)
2. Setuju (S)
3. Kurang Setuju (KS)
4. Tidak Setuju (TS)
5. Sangat Tidak Setuju (STS)

Dari alternatif jawaban diatas, responden tinggal memilih pilihan ganda yang terse- dia dari pernyataan yang telah disediakan oleh peneltii menyangkut variabel- variabel yang sedang diteliti.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dan waktu pada penelitian ini dilakukan terhadap Generasi Z yang menggunakan platform Blibli dan berdomisili di Kota Bandung. Pelaksanaan penelitian ini berlangsung mulai bulan Mei 2026 hingga seluruh tahap.