

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek/Subyek Penelitian

Menurut Sekaran (2006) subyek ialah satu dari anggota dari sampel, sebagaimana elemen adalah anggota dari populasi. Subyek dalam penelitian ini yaitu siapa saja yang pernah melakukan pembelian disitus Lazada.co.id.

Obyek penelitian adalah suatu atribut atau penilaian orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan, teori menurut (Sugiyono, 2015). Penelitian ini menggunakan obyek pada situs *online shop* yaitu Lazada.co.id.

B. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Sugiyono (2015) menjelaskan data primer adalah data yang diambil dari pihak pertama, karena data didapatkan dengan menyebar koesioner kepada responden yang telah ditentukan kriterianya. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015) menjelaskan metode kuantitatif dinamakan metode tradisional karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sekaran (2006) mendefinisikan bahwa pengambilan sampel adalah proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi, serta penilitan terhadap

sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya akan membuat kita dapat menggeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi.

Penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling* untuk teknik pengambilan sampel, *Non Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2015). Didalam penelitian ini juga ditentukan beberapa kriteria untuk anggota populasi yang akan dipilih menjadi sampel.

Metode dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2015) *Purposive Sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu. Dan kriteria yang sudah ditentukan penulis, yaitu:

1. Responden merupakan pelaku *online shopping*
2. Pernah bertransaksi *online* di situs Lazada.co.id

Penelitian ini menggunakan 120 responden untuk diteliti. Menurut Hair dkk (2010) mengemukakan ukuran sampel minimal 5 kali dari jumlah indikator, Hair dkk (2010) juga mengemukakan bahwa ukuran sampel yang sesuai berkisar antara 100-200 responden yang dirasakan sudah cukup untuk mewakili populasi.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menurut Sugiyono (2015) ialah langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

Menurut Sekaran (2006) kuesioner adalah daftar pertanyaan yang tertulis dan telah dirumuskan sebelumnya dan akan dijawab oleh responden, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas.

Dalam penelitian ini pengambilan data menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data, dan skala yang digunakan adalah skala *likert* 5 poin dengan kriteria, yaitu:

- 1 = STS (Sangat Tidak Setuju)
 2 = TS (Tidak Setuju)
 3 = N (Netral)
 4 = S (Setuju)
 5 = SS (Sangat Setuju)

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3.1

Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Kualitas Pelayanan (X)	Tjiptono (2011) mendefinisikan kualitas layanan bersifat <i>intangible</i> dan merupakan proses yang dialami pelanggan secara subyektif, dimana aktivitas produksi dan konsumsi berlangsung pada saat bersamaan, selama proses itu berlangsung terjadi interaksi yang meliputi serangkaian <i>moments of truth</i> antara	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan yang sesuai 2. Kecepatan pelayanan 3. Merasa nyaman saat menerima pelayanan 4. Perhatian secara personal 5. Ketersediaan informasi <p>Sumber: Parasuraman (1985) dalam Darwin dan Kunto (2014)</p>

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
	pelanggan dan perusahaan.	
Kepuasan (Z1)	Menurut Engel dkk (1990) dalam Tjiptono (2011) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli atau purnapakai, dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja pelayanan yang menyenangkan 2. Kualitas pelayanan yang memuaskan 3. Harga produk yang terjangkau dan memuaskan <p>Sumber : Tjiptono (2011)</p>
Kepercayaan (Z2)	Suharyono et al., (2016) mendefinisikan bahwa kepercayaan yang didapat konsumen dari perusahaan akan menjadi keunggulan tersendiri bagi perusahaan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Beretiket baik dengan konsumen. 2. Selalu dapat diandalkan. 3. Berpengalaman dalam memenuhi kebutuhan konsumen. 4. Bertanggung jawab. 5. Informasi yang lengkap. <p>Sumber : Tschannen-Moran dan Hoy (2001) dalam Darwin dan Kunto (2014)</p>
Loyalitas (Y)	Menurut Kotler dan Keller (2012), loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau menggunakan kembali produk atau jasa di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran menyebabkan pelanggan beralih.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bersedia melakukan pembelian ulang. 2. Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan. 3. Mereferensikan eksistensi perusahaan. <p>Sumber : Kotler dan Keller (2012)</p>

F. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Menurut Zikmund dan Babin (2013) menyatakan bahwa validitas adalah akurasi dari pengukuran atau perpanjangan angka yang mewakili konsep sesungguhnya.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas juga sebagai bukti bahwa instrumen, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur sebuah konsep, menurut (Sekaran, 2006). Uji validitas menunjukkan seberapa baik hasil yang akan diperoleh dari penggunaan ukuran yang cocok dengan teori yang mendasari. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan *Pearson Correlation* yaitu dengan cara menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pernyataan dengan total skor. Jika korelasi antara skor masing-masing butir pernyataan dengan total skor mempunyai nilai tingkat signifikansi dibawah 0,05 maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid (Ghozali, 2011)

Ghozali (2011) menyatakan jika nilai signifikan yang diperoleh dari setiap indikator $< 0,05$, maka dinyatakan valid. Uji validitas diukur dengan menggunakan program IBM SPSS 22.

2. Uji Reliabilitas

Untuk mengukur stabil atau konsisten tidaknya suatu alat ukur yang digunakan maka digunakan pengukuran uji reliabilitas.

Menurut Sekaran (2006) menyatakan bahwa keandalan (*reability*) adalah suatu pengukuran tanpa bias (bebas kesalahan – *error free*) dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam *item* dalam instrumen.

Dalam penelitian ini, uji keandalan setiap variabel diukur dengan menggunakan *cronbach's alpha*. *Cronbach's alpha* adalah sebuah ukuran keandalan yang memiliki nilai berkisar dari nol sampai satu. Dan nilai *Cronbach's Alpha* dikatakan handal atau dapat diterima apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ (Hair dkk, 2010)

3. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan menghitung distribusi secara keseluruhan (*multivariate*), adapun pengujian dilakukan dengan menghitung nilai *c.r* (*critical ratio*) multivariat. Pengujian normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis SEM dan dijalankan dengan program AMOS 21. Dan data dikatakan normal ketika nilai *c.r* (*critical ratio*) harus memenuhi syarat $-2,58 < c.r < 2,58$ (Ghozali, 2011).

G. Analisis Data dan Uji Hipotesis

Sugiyono (2015) berpendapat bahwa analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data yang lainnya terkumpul. Kegiatan didalam analisis data antara lain: mengelompokkan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Hipotesis menurut Sugiyono (2015) merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian dinyatakan dalam bentuk pertanyaan.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris, menguji dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, kepercayaan, dan loyalitas. Penelitian ini menggunakan analisis SEM (*Structural Equation Modeling*). Berikut adalah penjelasan dari alat untuk menganalisis data dan untuk melakukan pengujian hipotesis.

1. Analisis data

a. Analisis SEM

Model persamaan struktural (*Structural Equation Modeling*) merupakan suatu teknik analisis multivariat generasi kedua yang menggabungkan antara analisis faktor (*factor analysis*) dan analisis jalur (*path analysis*) sehingga memungkinkan peneliti untuk menguji dan mengestimasi secara simultan hubungan antara *multiple* laten variabel independen dan *multiple* laten variabel dependen dengan efek mediator maupun moderator, model dalam bentuk non-linier dan kesalahan pengukuran (Garson, 2012; dalam Latan, 2013).

Alasan menggunakan analisis SEM pada penelitian ini adalah terdapat variabel intervening dalam model yang dianalisis yang relatif rumit, mampu menguji hipotesis-hipotesis yang rumit secara serentak dan kesalahan error pada masing-masing observasi tidak diabaikan tetapi tetap dianalisis sehingga SEM lebih akurat untuk menganalisis data kuesioner. Teknik analisis digunakan untuk menginterpretasikan dan menganalisis data. Dan sesuai dengan model pada

penelitian ini maka penulis menggunakan SEM sebagai alat analisis data dan dioperasikan menggunakan program AMOS 21.0.

Tahapan analisis menggunakan SEM menurut Hair et al (1998) dalam Ghozali (2014), yaitu :

1. Pengembangan model secara teoritis
2. Menyusun diagram jalur (path diagram)
3. Mengubah diagram jalur menjadi persamaan struktural
4. Memilih matrik input untuk analisis data
5. Menilai identifikasi model
6. Menilai kriteria Goodness-of-Fit
7. Interpretasi terhadap model (modifikasi model)

Karena SEM pada dasarnya dirancang dengan menggunakan asumsi “hard”, maka untuk penggunaannya peneliti harus memenuhi berbagai asumsi. Latan (2013):

1. Model harus berbentuk linier atau antar indikator dan konstruk laten serta antar variabel laten. Jika model berbentuk non-linier maka dapat diubah dalam bentuk interaksi atau kuadratik. Mosbrugger, (2009) dalam Latan, (2013).
2. Indikator tiap konstruk harus ≥ 3 untuk meminimalkan kesalahan pengukuran.
3. Data yang digunakan harus *continuous-interval* untuk memenuhi persyaratan metode estimasi seperti *Maximum Likelihood* (ML). Jika data berbentuk kategorial atau dichotomous maka teknik

analisis yang tepat pada program AMOS adalah dengan estimasi Bayesian.

4. Data harus terdistribusi normal secara multivariat untuk mendukung metode estimasi *Maximum Likelihood* (ML) dan *Generalized Least Square* (GLS).
5. Data harus bebas outlier untuk meningkatkan *overall fit*. Jika data mengandung outlier maka akan berpengaruh terhadap signifikan statistik.
6. Jumlah sampel haruslah besar untuk estimasi model.

Menurut Latan (2013) terdapat beberapa manfaat menggunakan analisis SEM, yaitu:

- a. Membangun model penelitian dengan banyak variabel
- b. Dapat melakukan spesifikasi model, modifikasi model dan perbandingan model
- c. Dapat menggambar model dalam bentuk *graphical*
- d. Dapat meneliti variabel atau konstruk yang tidak teramati atau tidak dapat diukur secara langsung (*onobserved variables*)
- e. Dapat menguji model dengan 2 atau lebih sampel (*multigroup analysis*)
- f. Menyediakan ukuran *overall* model fit
- g. Menguji kesalahan pengukuran (*measurement error*) untuk variabel atau konstruk yang teramati (*observed variables*)
- h. Mengkonfirmasi teori sesuai dengan data penelitian (*Confirmatory Factor Analysis*).

2. Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui apakah hipotesis pada penelitian ini diterima atau ditolak, maka selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis. Pengujian H1 – H7 dilakukan dengan menggunakan analisis SEM dan dioperasikan menggunakan program AMOS, karena didalam program AMOS sudah menyajikan hasil dari pengujian hipotesis, untuk menghitung pengaruh langsung (*direct effect*) atau dalam penelitian ini adalah H1 – H5, maka hipotesis dinyatakan diterima jika nilai signifikansi hipotesis tersebut $< 0,05$, jika nilai signifikansi hipotesis tersebut $> 0,05$ maka hipotesis ditolak atau tidak terdukung (Ghozali, 2011).

Selanjutnya untuk menguji signifikansi variabel pemediasi atau dalam penelitian ini adalah H6 dan H7, dapat dilihat dari pengujian model struktural. Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel pemediasi dengan variabel lain, AMOS menyajikan pengaruh variabel pemediasi dengan variabel lain yang dirangkum dalam tabel pengaruh langsung (*standardized direct effect*) dan tabel pengaruh tak langsung (*standardized indirect effect*).

Menurut Ghozali (2011) jika nilai pengaruh langsung (*standardized direct effect*) lebih kecil dari nilai pengaruh tak langsung (*standardized indirect effect*) maka variabel pemediasi tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel yang lain dan hipotesis yang diajukan diterima.