



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah pengguna *e-commerce* Tokopedia di Jakarta dan subjek penelitian dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di Tokopedia dalam satu bulan terakhir.

#### B. Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Sudaryono (2016:5) adalah perumusan langkah-langkah penelitian, penggunaan pendekatan, metode penelitian, teknik pengumpulan data dan sumber data tertentu serta alasan mengapa menggunakan metode tersebut.

#### C. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, variable-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitas Layanan, Citra Merek, dan Minat Beli. Berikut merupakan pengukuran yang digunakan dalam masing-masing variabel tersebut :

##### 1. Kualitas Layanan (X<sub>1</sub>)

Kualitas Layanan menurut Kotler dan Keller (2016 : 156) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang menanggung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen agar memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Pengukuran variabel kualitas layanan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan lima dimensi beserta butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.1.



Tabel 3.1

Pengukuran Variabel Kualitas Layanan

Dimensi	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
<b>Reliability</b> Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan	Tokopedia memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang dijanjikan.	Interval
	Keandalan dalam menangani permasalahan konsumen	Tokopedia mampu menangani permasalahan konsumen dengan baik.	
	Memberikan pelayanan yang baik sejak pertama kali	Tokopedia memberikan pelayanan yang baik secara konsisten.	
	Memberikan pelayanan sesuai waktu yang dijanjikan	Tokopedia memproses pesanan konsumen dengan tepat waktu sesuai estimasi yang tertera pada aplikasi.	
<b>Responsiveness</b>	Konsumen diberitahu kapan pelayanan akan dilakukan	Tokopedia memberitahu saya kapan pesan an akan diterima.	Interval
	Memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumen	Tokopedia memproses pesanan pembeli kepada penjual dengan cepat.	
	Kesediaan untuk membantu konsumen	Tokopedia selalu bersedia untuk membantu saya.	
	Kesiapan untuk menanggapi permintaan konsumen	Tokopedia selalu siap untuk menanggapi permintaan konsumen.	
<b>Assurance</b>	Karyawan mampu menanamkan kepercayaan pada konsumen	Perilaku Customer Service Tokopedia mampu menumbuhkan kepercayaan pada konsumen.	Interval
	Membuat konsumen merasa aman dalam bertransaksi	Saya merasa aman saat bertransaksi menggunakan Tokopedia.	
	Karyawan yang selalu sopan	Customer Service Tokopedia selalu sopan dalam memberikan pelayanan.	
	Karyawan memiliki pengetahuan untuk	Customer Service Tokopedia memiliki pengetahuan yang luas untuk menjawab pertanyaan konsumen.	

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



**Tabel 3.1 (Lanjutan)**

	menjawab pertanyaan konsumen		
<p><b>Empathy</b></p> <p><b>© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	Memberikan perhatian secara individual kepada konsumen	Tokopedia memberikan perhatian secara individual kepada saya.	Interval
	Karyawan yang penuh kepedulian dengan konsumen	Tokopedia memperlakukan konsumen dengan penuh kepedulian.	
	Mengutamakan kepentingan terbaik konsumen	Tokopedia selalu mengutamakan kepentingan konsumen.	
	Karyawan memahami kebutuhan konsumen	Customer Service Tokopedia memahami kebutuhan saya.	
	Jam operasi yang nyaman	Waktu operasi 24 jam dari Tokopedia memudahkan saya dalam bertransaksi.	
	Peralatan yang modern	Aplikasi dan website yang dimiliki oleh Tokopedia tampak modern.	
<p><b>Tangibles</b></p>	Fasilitas yang terlihat menarik secara visual	Tokopedia menyediakan aplikasi yang menarik secara visual.	Interval

Sumber: Diadaptasi dari Parasuraman et al. (1985) dalam Kotler dan Keller (2016)

**2. Citra Merek (X<sub>2</sub>)**

Citra Merek menurut Firmansyah (2019:61) adalah suatu persepsi yang muncul di dalam benak seorang konsumen ketika mengingat suatu merek dari suatu produk tertentu.

Pengukuran variabel citra merek yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan tiga indikator beserta butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.2.

**Tabel 3.2**

**Pengukuran Variabel Citra Merek**

Indikator	Butir Pernyataan	Skala
<i>Corporate Image</i>	Tokopedia memiliki logo yang mudah dikenal oleh banyak orang.	Interval
<i>Product Image</i>	Tokopedia memiliki reputasi yang baik di mata masyarakat.	Interval
<i>User Image</i>	Tokopedia memberikan pelayanan sesuai dengan yang saya harapkan.	Interval

Sumber: Diadaptasi dari Aaker dan Biel (2009) dalam Supangkat dan Supriyatin (2017)



### 3. Minat Beli (Y)

Minat Beli menurut Keller dalam Younus et al. (2015) adalah preferensi dari konsumen untuk membeli sebuah produk atau jasa yang ditawarkan oleh produsen. Pengukuran variabel minat beli yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan tiga indikator beserta butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.3.

**Tabel 3.3**

**Pengukuran Variabel Minat Beli**

Indikator	Butir Pernyataan	Skala
<i>Likely</i>	Saya berencana untuk berbelanja di Tokopedia.	Interval
<i>Definitely</i>	Bisa dipastikan saya akan berbelanja lagi di Tokopedia.	Interval
<i>Probable</i>	Ada kemungkinan saya akan berbelanja lagi di Tokopedia pada masa yang akan datang.	Interval

Sumber: Diadaptasi dari Busler (2000) dalam Sherly Rosalina (2016)

### D. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi penelitian ini adalah orang yang pernah melakukan pembelian di Tokopedia.

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan oleh penulis adalah *non probability sampling*.

Menurut Sugiyono (2018) dalam Hardani (2020:367) *non probability sampling* adalah teknik yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap elemen atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel.

Untuk ukuran sampel, menurut Hair *et al.* (2019:132) menyatakan bahwa sebaiknya ukuran sampel harus 100 atau lebih besar. Sebagai aturan umum, jumlah sampel minimum setidaknya lima kali lebih banyak dari jumlah *item* pernyataan yang akan dianalisis, dan ukuran sampel akan lebih diterima apabila memiliki rasio 10:1. Dalam penelitian ini terdapat 25 *item* pernyataan, maka jumlah sampel minimum yang dibutuhkan berdasarkan perhitungan adalah  $25 \times 5 = 125$  responden.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menjiptip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Jenis teknik *non probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *judgement sampling* yaitu sampel non probabilitas yang pengambilan sampelnya didasarkan pada sebuah kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah individu yang pernah melakukan pembelian di Tokopedia dalam satu bulan terakhir dan berdomisili di Jakarta, sehingga penyebaran kuesioner terarah sesuai dengan kriteria tersebut.

### E. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer, data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama atau responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara menyebarkan kuesioner elektronik minimal kepada 125 responden. Untuk memperoleh data, penulis menggunakan *Google Docs*, dimana responden dapat mengisi kuesioner secara online melalui internet.

Jenis angket yang digunakan adalah pertanyaan tertutup, artinya pertanyaan-pertanyaan tersebut telah disusun sebelumnya oleh penulis dan penulis juga telah memberikan pilihan jawaban. Kuesioner penelitian disusun dengan menggunakan skala Likert dan terdapat lima tingkatan, yaitu STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, SS = Sangat Setuju.

### F. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data dalam penelitian ini, terdapat beberapa teknik yang dapat digunakan untuk evaluasi model pengukuran seperti :

#### 1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2016:52), uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Data yang valid adalah data yang “tidak berbeda” antara data yang



dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian.

Validitas suatu indikator dapat dinilai dari tingkat signifikansi pengaruh antara variabel laten dengan indikator. Item pernyataan dinyatakan valid apabila  $P\text{-value} < 0,05$  dan factor loading  $> 0,5$ .

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016:47), uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan tersebut konsisten dari waktu ke waktu.

**Tabel 3.4**

**Batasan Skor Reliabilitas Cronbach's Alpha**

Skor	Reliabilitas
<0,50	Rendah
0,50-0,60	Cukup
0,70-0,80	Tinggi

Sumber: Jogiyanto (2018)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa skor *Cronbach's Alpha* dibawah 0,50 dapat dikatakan rendah, jika skor *Cronbach's Alpha* 0,50-0,60 memiliki tingkat cukup dan skor *Cronbach's Alpha* 0,70-0,80 masuk ke dalam tingkat reliabilitas tinggi. Adapun rumus dari *Cronbach's Alpha* adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ \frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan:

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = jumlah butir pernyataan

$\sigma t^2$  = varians total

$\sum \sigma b^2$  = jumlah varians butir



### 3. Analisis Deskriptif

Ghozali (2016:19) menyatakan analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran suatu data dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varians, maksimum, minimum, penjumlahan, *range*, kurtosis, dan *skewness*. Analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### a. Analisis Persentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan sebagainya. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Fr_i = \frac{\sum f_i}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

$Fr_i$  = frekuensi relatif ke-*i* setiap kategori

$\sum f_i$  = jumlah responden yang termasuk kategori-*i*

$n$  = total responden

#### b. Rata-rata Hitung (*Mean*)

Rata-rata hitung atau *mean* dilakukan dengan menjumlahkan semua nilai data dari suatu kelompok sampel, kemudian membaginya dengan jumlah sampel. *Mean* dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

Keterangan:

$\bar{x}$  = rata-rata hitung (*mean*)

$x_i$  = nilai sampel ke-*i*

$n$  = jumlah sampel



### c. Rata-rata Tertimbang

Rumus yang digunakan untuk menghitung skor rata-rata tertimbang adalah sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum f_i \cdot x_i}{\sum f_i}$$

Keterangan:

$\bar{x}$  = skor rata-rata tertimbang

$f_i$  = frekuensi

$x_i$  = bobot nilai

$\sum f_i$  = jumlah responden

### d. Rentang Skala

Setelah diperoleh nilai rata-rata, kemudian dideskripsikan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor untuk masing-masing variabel. Rumus untuk rentang skala adalah sebagai berikut:

$$R_s = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan:

$R_s$  = rentang skala

$m$  = skor tertinggi pada skala

$n$  = skor terendah pada skala

$b$  = jumlah kelas atau kategori

Skor terbesar adalah 5 dan skor terkecil adalah 1, jumlah kelas atau kategori 5, maka dapat ditentukan rentang skala sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

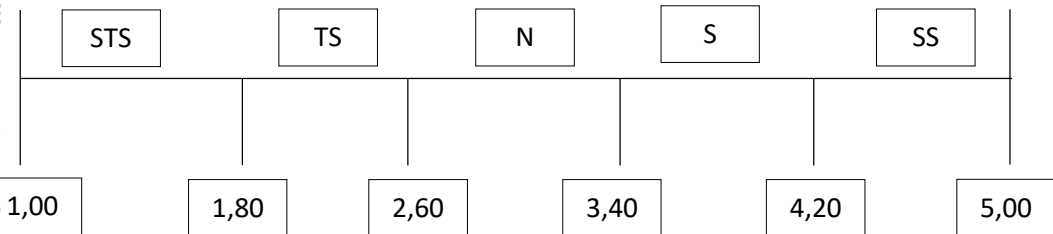
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



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

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



**Keterangan:**

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,40 = Netral (N)

3,41 – 4,20 = Setuju (S)

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

**4. Skala Likert**

Skala Likert dirancang untuk dapat melihat seberapa kuat subjek untuk setuju dan tidak setuju dengan pernyataan pada skala 5 titik. Contoh susunan skala likert yang digunakan adalah sebagai berikut :

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

Tanggapan terhadap sejumlah hal yang berkaitan dengan konsep atau variabel tertentu kemudian disampaikan kepada masing-masing responden. Ini adalah skala interval dan perbedaan respons antara dua titik pada skala tetap sama.

**5. Penilaian Overall Fit**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Penilaian *overall fit* dilakukan untuk mengetahui apakah model SEM (*Structural Equation Modeling*) yang dibuat dapat diterima (*fit*). Indikator-indikator yang ada adalah sebagai berikut:

**a. Average Path Coefficient (APC)**

Nilai *cut-off P-value* untuk APC yang direkomendasikan sebagai indikasi model *fit* adalah  $\leq 0,05$  dengan level signifikansi yang digunakan adalah 5% (Latan dan Ghozali, 2017:95).

**b. Average R-Squared (ARS)**

Nilai *cut-off P-value* untuk ARS yang direkomendasikan sebagai indikasi model *fit* adalah  $\leq 0,05$  dengan level signifikansi yang digunakan adalah 5% (Latan dan Ghozali, 2017:95).

**c. Average Adjusted R-Squared (AARS)**

Nilai *cut-off P-value* untuk AARS yang direkomendasikan sebagai indikasi model *fit* adalah  $\leq 0,05$  dengan level signifikansi yang digunakan adalah 5% (Latan dan Ghozali, 2017:95).

**d. Average block VIF (AVIF)**

Idealnya nilai yang direkomendasikan untuk AVIF harus  $\leq 3,3$  dengan asumsi kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model diukur dengan dua atau lebih indikator. Namun, nilai  $\leq 5$  masih dapat diterima asalkan kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model diukur dengan indikator tunggal (Latan dan Ghozali, 2017:96).

**e. Average Full Collinearity VIF (AFVIF)**

Idealnya nilai yang direkomendasikan untuk AFVIF harus  $\leq 3,3$  dengan asumsi kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model diukur dengan dua atau



lebih indikator. Namun, untuk nilai  $\leq 5$  masih dapat diterima asalkan kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model diukur dengan indikator tunggal (Latan dan Ghozali, 2017:96).

**f. Tenenhaus GoF**

GoF memiliki tiga tingkatan nilai, yaitu kecil apabila nilai  $GoF \geq 0,10$ , sedang apabila nilai  $GoF \geq 0,25$ , dan besar apabila nilai  $GoF \geq 0,36$  (Latan dan Ghozali, 2017:96).

**g. Sympson's Paradox Ratio (SPR)**

Idealnya indeks harus sama dengan 1 atau jika nilai  $SPR \geq 0,7$  masih dapat diterima yang berarti 70% atau lebih dari *path* di dalam model bebas dari *Sympson's paradox* (Latan dan Ghozali, 2017:97).

**h. R-Squared Contribution Ratio (RSCR)**

Idealnya indeks harus sama dengan 1 atau jika nilai  $RSCR \geq 0,9$  masih dapat diterima yang berarti 90% atau lebih dari *path* di dalam model tidak berhubungan dengan kontribusi *R-squared* negatif (Latan dan Ghozali, 2017:97).

**i. Statistical Suppression Ratio (SSR)**

Nilai SSR dapat diterima jika memiliki nilai  $\geq 0,7$  yang berarti 70% atau lebih dari *path* di dalam model bebas dari *statistical suppression* (Latan dan Ghozali, 2017:98).

**j. Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)**

Nilai NLBCDR dapat diterima jika memiliki nilai  $\geq 0,7$  yang berarti 70% atau lebih dari *path* yang berhubungan di dalam model penelitian mendukung untuk dibalik hipotesis dari hubungan kausalitas yang lemah (Latan dan Ghozali, 2017:98).

**6. Penilaian Model Struktural**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Model persamaan struktural (Structural Equation Modeling), evaluasi model struktural berfokus pada hubungan antar variabel laten eksogen dan endogen serta hubungan antar variabel endogen.

$$MB = \gamma_{11} * KL + \gamma_{12} * CM$$

Keterangan:

MB = Minat Beli

KL = Kualitas Layanan

CM = Citra Merek

Tujuan dari evaluasi model persamaan struktural adalah untuk memastikan apakah terdapat hubungan yang dihipotesiskan dalam model penulisan konseptual didukung oleh data empiris yang diperoleh melalui survey.

a. Tanda (arah) hubungan antar variabel laten menunjukkan apakah hasil hubungan antar variabel tersebut mempunyai pengaruh yang sesuai dengan hipotesis. Hipotesis statistik penelitian ini adalah :

1) Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Beli

$$H_0 : \gamma_{11} = 0$$

$$H_a : \gamma_{11} > 0$$

2) Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli

$$H_0 : \gamma_{12} = 0$$

$$H_a : \gamma_{12} > 0$$

Kriteria pengujian adalah:

Tolak  $H_0$  bila  $P\text{-value} < \alpha = 0,05$  (terbukti ada pengaruh)

Tidak tolak  $H_0$  apabila  $P\text{-value} \geq \alpha = 0,05$  (tidak terbukti ada pengaruh)

b. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi adalah besarnya keragaman (informasi) di dalam variabel Y yang dapat diberikan oleh model regresi yang diperoleh. Nilai  $R^2$  dikalikan 100%, maka hal ini menunjukkan persentase keragaman (informasi) di dalam variabel Y yang dapat diberikan oleh model regresi yang didapatkan. Semakin besar nilai  $R^2$ , maka semakin baik model regresi yang diperoleh.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

