

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Objek dan Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini akan menggunakan objek berdasarkan persepsi responden dengan kualitas *website* dan pengalaman berbelanja online pada Aplikasi Bukalapak. Lokasi yang diambil pada penelitian ini adalah gedung Yustinus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata Semarang. Lokasi ini dipilih karena Mahasiswa merupakan salah satu pengguna internet terbanyak yang ada di Indonesia. Hal ini didukung dengan lahir dan besar bersama derasnya era informasi dan digital, penerimaan serta literasi usia muda lebih mudah ketimbang kelompok usia lain.

3.2. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi adalah suatu kesatuan yang terdiri dari obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan Sugiyono (2017). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata yang pernah melakukan transaksi pembelian melalui Aplikasi Bukalapak.

Sampel penelitian adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut bila populasi besar dan peneliti tidak memungkinkan untuk mempelajari semua populasi yang ada, karena terdapat keterbatasan waktu, dana dan tenaga, sehingga peneliti perlu menggunakan sampel yang diambil dari populasi Sugiyono (2017). Dengan demikian sampel yang akan diambil dari populasi akan dibentuk sebuah perwakilan. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata yang pernah melakukan transaksi pembelian melalui Aplikasi Bukalapak, sehingga jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2017) ukuran

sampel yang layak berkisar antara 30 sampai dengan 500, apabila sampel dibagi dalam kategori maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30, dan apabila penelitian menggunakan analisis multivariate (korelasi atau regresi ganda) maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Maka pada penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak minimal 40 responden dan ditambah 10 untuk mengantisipasi data yang tidak valid. Penyebaran kuesioner pada penelitian ini menggunakan google form. Penyebaran dilakukan mulai tanggal 20 Maret 2020 sampai tanggal 31 Maret 2020.

Menurut Sugiyono (2017) Teknik pengambilan sampel dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu *Probability Sampling* dan *Non Probability Sampling*. *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan *Non Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk menjadi sampel.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini dengan pengambilan sampel *Non Probability Sampling* yaitu dengan teknik *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2017:124) *Purposive Sampling* merupakan teknik *Non Probability Sampling* dimana peneliti menggunakan pertimbangan sendiri dalam memilih anggota populasi yang dianggap sesuai dalam memberikan informasi yang dibutuhkan untuk peneliti. Ciri-ciri atau kriteria yang ditentukan peneliti dan dimiliki responden sebagai berikut : (1) Sudah mengunduh dan menginstal Aplikasi Bukalapak, (2) Telah melakukan transaksi pembelian melalui Aplikasi Bukalapak minimal satu kali.

3.3. Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel untuk tujuan spesifik studi Sekaran (2006). Dalam penelitian ini menggunakan data primer sebagai input

utama. Data primer bersumber dari penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden, data tersebut berupa jawaban langsung responden dan data tersebut akan dikumpulkan dengan pendekatan kuesioner menggunakan google form.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab Sugiyono (2017). Dalam kuesioner ini terdapat pertanyaan mengenai identitas diri responden dan daftar pertanyaan mengenai variabel-variabel yang diteliti.

3.4. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

3.4.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian yang digunakan guna mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan yang ada pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut Ghozali (2013). Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai *r*-hitung (*correlation item total correlation*) dengan nilai *r*-tabel dengan ketentuan tingkat signifikansi adalah 5% atau 0,05.

Kuesioner dikatakan valid atau tidak, maka digunakan ketentuan sebagai berikut :

r hitung $>$ r tabel, berarti pernyataan tersebut dinyatakan valid. r hitung $<$ r tabel, berarti pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

Berdasarkan tabel 3.1. Dibawah ini merupakan hasil dari uji validitas pada setiap item pertanyaan pada masing-masing variabel yang sudah diolah. Maka dapat dilihat bahwa nilai *r* hitung semua pertanyaan pada masing-masing variabel lebih besar dari pada nilai *r* tabel. Kesimpulannya bahwa item pertanyaan dalam penelitian ini adalah VALID dengan $n = 50$ yaitu sebesar 0,279.

Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas

Variabel Penelitian	Indikator Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	sig	Keterangan
Kualitas Website	1	0,751	0,279	0,000	Valid
	2	0,736	0,279	0,000	Valid
	3	0,752	0,279	0,000	Valid
	4	0,695	0,279	0,000	Valid
	5	0,82	0,279	0,000	Valid
	6	0,742	0,279	0,000	Valid
	7	0,839	0,279	0,000	Valid
	8	0,757	0,279	0,000	Valid
	9	0,813	0,279	0,000	Valid
	10	0,746	0,279	0,000	Valid
	11	0,758	0,279	0,000	Valid
	12	0,731	0,279	0,000	Valid
Pengalaman Berbelanja	1	0,91	0,279	0,000	Valid
	2	0,873	0,279	0,000	Valid
	3	0,903	0,279	0,000	Valid
Kepuasan Pelanggan	1	0,848	0,279	0,000	Valid
	2	0,788	0,279	0,000	Valid
	3	0,853	0,279	0,000	Valid
	4	0,778	0,279	0,000	Valid

Sumber : Data primer yang diolah (2020)

3.4.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui konsistensi dan stabilitas dari hasil pengukuran dari waktu ke waktu. Sebuah kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap

pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu bila diukur beberapa kali dengan alat ukur yang sama Ghozali (2013).

Uji reliabilitas diolah melalui program SPSS dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0,60.

Tabel 3. 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	N of Items	Nilai	
		<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Website	12	0,934	Reliabel
Pengalaman Berbelanja	3	0,876	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	4	0,842	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah (2020)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dari tabel 32. Dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari setiap variabel kualitas website, pengalaman berbelanja, dan kepuasan pelanggan lebih besar dari pada 0,6. Kesimpulannya adalah bahwa setiap item pertanyaan dalam penelitian ini adalah reliabel atau konsisten.

3.5. Teknik Analisis Data

Analisis yang tepat untuk digunakan dalam penelitian ini adalah analisis multivariat karena pada penelitian ini terdapat lebih dari dua variabel. Teknik analisis multivariat merupakan teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis sebuah data yang memiliki banyak variabel sebagai objek yang akan diukur oleh peneliti Ghozali (2013). Alat analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda.

3.5.1. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikansa data yang telah terkumpul dengan

menganalisis tetapi tidak digunakan untuk memberikan kesimpulan yang lebih luas Sugiyono (2017). Analisis deskriptif ini digunakan untuk menjelaskan tanggapan dari responden mengenai variabel penelitian kualitas *website*, dan pengalaman berbelanja online yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan *online* Bukalapak.

Dalam pertanyaan tersebut akan diukur menggunakan skala *likert*. Jawaban skor adalah 1 sangat tidak setuju, 2 tidak setuju, 3 netral, 4 setuju dan 5 sangat setuju. Untuk keperluan analisis deskriptif maka akan ditentukan rentang skala, interpretasinya sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Rentang Skala} &= \frac{\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}}{\text{Kategori}} \\ &= \frac{(5 - 1)}{3} \\ &= \frac{4}{3} \\ &= 1,33 \end{aligned}$$

Maka rentang skalanya sebagai berikut :

- kategori Rendah adalah 1,00 – 2,33
- kategori Sedang adalah 2,34 – 3,67
- kategori Tinggi adalah 3,68 – 5,00

3.5.2. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah suatu analisis asosiasi yang digunakan secara bersama-sama untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel namun tergantung dari skala pengukuran yang bersifat metric baik untuk variabel independen maupun variabel dependen Ghozali (2013). Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda karena

memiliki variabel independen dan variabel dependen, berikut ini adalah model dari regresi linier berganda :

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

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan *Online* Bukalapak

a = Koefisien konstanta

b₁ = Koefisien regresi variabel Kualitas Website

b₂ = Koefisien regresi variabel Pengalaman Berbelanja *Online*

X₁ = Kualitas Website

X₂ = Pengalaman Berbelanja *Online*

e = Error

3.5.3. Uji Statistik t

Uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Ghazali (2013) mengatakan uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel dependen dengan independen dan apakah variabel independen satu dengan yang lainnya memang benar-benar berpengaruh terhadap variabel secara individual atau parsial.

Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- Jika t hitung > t tabel, maka H₀ ditolak dan H₁ diterima, $\alpha = 5\%$
- Jika t hitung < t tabel, maka H₀ diterima dan H₁ ditolak, $\alpha = 5\%$

3.5.4. Uji Statistik F

Uji statistik F adalah untuk menunjukkan semua variabel independen mempunyai pengaruh di dalam model secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan dalam uji F sebagai berikut :

- Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka semua variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. $\alpha = 5\%$
- Bila atau $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka semua variabel independen secara bersama-sama tidak mempengaruhi variabel dependen. $\alpha = 5\%$

3.5.5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi ini untuk mengukur seberapa besar persentase variasi variabel independen pada model regresi linier berganda dalam menjelaskan variasi-variabel dependen Priyatno (2009). Nilai koefisien determinasi antara 0 – 1,

- Jika nilai R^2 kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen terbatas.
- Jika nilai mendekati 1 maka variabel-variabel independen memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Maka bisa dikatakan model semakin tepat.