

BAB III

RANCANGAN PENELITIAN

3.1 Rancangan penelitian

Berdasarkan latar belakan dan rumusan masalah yang telah disebutkan penelitian ini untuk menengetahui pengaruh kualitas website dan kepercayaan merek terhadap kepuasan konsumen pada pengguna situs belanja online shopee pada pengguna situs belanja. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode eksplanasi (*explanatory research*), menurut (Fay, 1967) penelitian eksplanasi (*explanatory research*) adalah penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian melalui hipotesis.

Teknik skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert dimana responden menyatakan tingkat setuju atau tidak setuju mengenai perilaku, obyek, orang atau kejadian. Metode pengumpulan data dengan cara menyebarkan angket / kuisioner dan teknik analisis data regresi linier berganda menggunakan program SPSS. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan situs belanja shopee, jumlah sampel 100 orang, dengan teknik sampling *jadgumental sampling*.

3.2 Subjek dan obyek

3.2.1 Subyek penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi shopee dengan mempunyai member silver.

3.2.2 Obyek

a) Lokasi penelitian

Lokasi Dalam penelitian ini obyek diambil dari pengguna aplikasi shopee di Jombang.

b) Obyek penelitian

Obyek penelitian ini adalah pengaruh kualitas website dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi belanja shopee.

3.3 Operasional dan pengukuran variabel

Dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu terdiri dari dua variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas website (X1), kepercayaan (X2) sedangkan variabel dependen adalah kepuasan konsumen (Y) variabel dalam penelitian ini didukung menggunakan menggunakan indikator berikut:

1. Kualitas website

Kualitas Situs Web merupakan keunggulan atau keefektifan sebuah situs web dalam menyampaikan pesan kepada konsumen. Situs web yang berkualitas mendorong penggunaan situs secara berulang dalam jangka panjang (Rismayanti & Sarah, 2021) Menurut Barnes & Videgen (2015) ada 3 indikator kualitas website yaitu :

- a. Kualitas penggunaan
- b. Kualitas informasi
- c. Kualitas interaksi

2. Kepercayaan merek

Shihab dan Sukendar (2009) mendefinisikan kepercayaan pada merek (brand trust) sebagai kesediaan rata-rata konsumen untuk bergantung pada kesediaan merek untuk mencapai semua kegunaan atau fungsi. (Rismayanti & Sarah, 2021) Berikut merupakan indikator-indikator kepercayaan menurut Kotler & Keller (2016):

- a. Kemampuan (Ability)
- b. Kebaikan hati (Benevolence)
- c. Integritas (Integrity)

3. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen sejauh mana anggapan dari kinerja untuk memenuhi harapan pembeli Menurut (Saidani et al., 2019). Apabila kinerja produk lebih rendah dari harapan pelanggan, maka pembeli akan merasa puas. Menurut Kotler&Keller (2013) ada 3 indikator dari kepuasan konsumen yaitu:

- a. Kualitas produk
- b. Kualitas layanan
- c. Penetapan harga

Tabel 3. 1 Instrument penelitian

Variabel	Indicator	Item Pertanyaan	Sumber
Kualitas website (X1)	Kualitas penggunaan	1) Website shopee mudah dioperasikan 2) Interaksi website shopee jelas dan mudah dipahami	Barnes & Videgen (2015)
	Kualitas informasi	1) Informasi di shopee mudah dipahami	
	Kualitas interaksi	1) Website shopee memberikan rasa aman terhadap informasi pribadi konsumennya	
Kepercayaan Merek (X2)	Kemampuan (Ability)	1) Berbagai macam produk unggulan disediakan di shopee 2) Pelayanan yang baik membuat konsumen shopee percaya 3) Shopee mampu memberikan keamanan saat transaksi dari gangguan orang lain.	Kotler & Keller (2016)
	Kebaikan hati (Benevolence)	1) Shopee selalu memberikan kualitas yang terbaik bagi konsumennya	
	Integritas (Integrity)	1) Shopee mampu menjamin barang yang sesuai dengan kualitas produk yang membuat konsumen percaya	

Kepuasan Pelanggan (Y)	Kualitas produk	1) Kualitas produk di shopee memenuhi kepuasan pelanggan	Kotler&Keller (2013)
	Kualitas layanan	1) Kualitas layanan di shopee memenuhi kepuasan pelanggan	
	Penetapan harga	1) Harga produk di shopee memenuhi pelanggan	

Sumber : diolah peneliti 2022

3.3.1 Skala Pengukuran

Skala dapat diartikan garis atau titik tanda yang berderet-berderet dan sebagainya yang sama jarak antaranya, dipakai untuk mengukur atau menentukan tingkatan atau banyaknya sesuatu. Jadi skala merupakan prosedur pemberian angka-angka atau symbol lain kepada sejumlah ciri dari suatu objek. Pengukuran adalah proses, cara perbuatan mengukur yaitu suatu proses sistimatik dalam menilai dan membedakan sesuatu obyek yang diukur atau pemberian angka terhadap objek atau fenomena menurut aturan tertentu. Pengukuran tersebut diatur menurut kaidah-kaidah tertentu.

Kaidah-kaidah yang berbeda menghendaki skala serta pengukuran yang berbeda pula. Misalnya, orang dapat digambarkan dari beberapa karakteristik: umur, tingkat pendidikan, jenis kelamin, tingkat pendapatan. Skala pengukuran merupakan seperangkat aturan yang diperlukan untuk mengkuantitatifkan data dari pengukuran suatu variabel.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). variabel bebas (independent variabel) yaitu variabel yang mempengaruhi atau

menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen/terikat. variabel terikat (dependent variabel) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel bebas (independent variabel) adalah kualitas *website* dan kepercayaan . Sedangkan variabel terikat (dependent variabel) adalah kepuasan konsumen. Dalam metode ini kuisisioner di isi beberapa pertanyaan dan kemudian responden akan mencentang (√). Dalam kuisisioner ini akan di sediakan angka 1- 5 untuk mengetahui pengaruh kualitas *website* dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen. Dengan mengumpulkan data berupa mengisi kuisisioner yang dibagikan kepada konsumen yang pernah menggunakan pengguna situs belanja shopee Penelitian ini terdiri tiga variabel yaitu kualitas *website* dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 3. 2 Instrument skala rikert

Keterangan	Skor
Sangat baik	5
Baik	4
Cukup	3
Kurang baik	2
Sangat kurang baik	1

3.4 Populasi Dan Sample

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiono, 2007). Dan menurut Djarwanto, Populasi adalah jumlah keseluruhan dari satuan-satuan atau individu-individu yang karakteristiknya hendak diteliti. Populasi penelitian ini populasi yang disasar konsumen yang pernah menggunakan situs belanja shopee dengan mempunyai member silver.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik tertentu yang dimiliki oleh populasi. Jika populasi besar, peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka sampel yang diambil dari populasi tersebut. Menurut Menurut Sugiyono (2007) sampel adalah sebagian jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Penentuan jumlah sampel yang tidak diketahui jumlah populasinya adalah menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{(Z_a / 2e)^2}{e}$$

Dimana :

N = jumlah sampel

Z_a = nilai yang diperoleh dari tabel normalitas tingkat keyakinan

e = kesalahan penarikan sampel

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini sebesar 95% maka nilai Z 0,05 adalah 1,96 dan standar deviasi (σ)= 0,25. Tingkat kesalahan dalam penarikan sampel ditentukan sebesar 5% atau 0,05 maka dengan menggunakan rumus tersebut dapat ditentukan jumlah sampelnya yaitu :

$$n = \frac{(1,96) \cdot (0,25)^2}{0,05}$$

Jadi berdasarkan rumus diatas, besarnya nilai sampel sebesar 96,04 orang. Untuk memudahkan perhitungan maka besarnya pengambilan sampel dibulatkan menjadi 100 orang.

3.4.3 Teknik pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu dengan metode *judgmental sampling*, dimana untuk memperoleh data dengan pengambilan sampel terbatas pada kelompok sasaran spesifik. Sugiarto (2001) Pengambilan sampel dalam hal ini terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan. dan penelitian ini dilakukan sampai mencapai jumlah responden yang dianggap cukup oleh penelitian.

3.5 Jenis, Sumber Data Dan Metode Pengumpulan Data

3.5.1 Jenis dan Sumber Data

Sumber data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung (dari tangan pertama), sementara data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada. Dalam penelitian ini terdapat dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder.

a. **Data primer**

Data Primer adalah data yang dikumpulkan dan kemudian diolah sendiri langsung oleh peneliti dari sumber penelitian (Fakhrudin, 2021). Dalam hal ini peneliti menyebar angket peneliti terkait kualitas website dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pengguna shopee.

b. **Data sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi. Data ini dikumpulkan dan diolah pihak lain, biasanya dalam bentuk publikasi. Penelitian memperoleh data sekunder untuk penelitian ini melalui bahan bacaan baik berupa buku penunjang, jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu dan internet.

3.5.2 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan dalam penelitian ini sebagai berikut

a. **Angket**

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

b. **Dokumentasi**

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis. Riduwan (2013) menyatakan bahwa dokumentasi ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter,

Dokumentasi menurut Sugiyono (2015) adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data kemudian ditelaah.

3.6 Uji instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan tingkat kemampuan suatu instrumen untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran (Ferdinand, 2014). Berikut untuk menguji validitas digunakan uji *Korelasi Product Moment* dengan kriteria pengujian :

1. Jika nilai r hitung $>$ nilai koefisien (0.30), maka dapat diartikan indikator tersebut adalah valid.
2. Jika nilai r hitung $<$ nilai koefisien (0.30), maka dapat diartikan indikator tersebut tidak valid (Sugiyono, 2011).

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	r hitung	r kritis	keterangan
1.	Kualitas website	0.863	0,3	Valid
2.		0,853	0,3	Valid
3.		0,842	0,3	Valid
4.		0.699	0,3	Valid
5.	Kepercayaan merek	0,863	0,3	Valid
6.		0,864	0,3	Valid
7.		0,854	0,3	Valid

8.		0,907	0,3	Valid
9.		0,709	0,3	Valid
10.		0,653	0,3	Valid
11.	Kepuasan Konsumen	0,866	0,3	Valid
12.		0,811	0,3	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Pada table 3.3 terlihat bahwa kolerasi antara masing-masing item pernyataan terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan dan menunjukkan bahwa r hitung $> 0,3$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid.

3.6.2 Uji Reabilitas

Reabilitas menunjukkan sejauh mana suatu instrumen dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Pengujian reabilitas dilakukan dengan menggunakan *Uji Alpha Cronbach* dengan kriteria hasil pengujian antara lain:

1. Jika nilai Alpha Cronbach $> 0,6$ maka dapat diartikan bahwa variabel penelitian reliabel.
2. Jika nilai Alpha Cronbach $< 0,6$ maka dapat diartikan bahwa variabel penelitian tidak reliabel (Ghozali, 2012).

Tabel 3. 4 Tabel Hasil Reabilitas

Variabel	Nilai Conbach	r Kritis	Keterangan
Kualitas Website (X1)	0.829	0,6	Reliabel
Kepercayaan Merek (X2)	0,891	0,6	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,672	0,6	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah,2022

Tabel 3.3 Menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai di atas 0,06 sehingga dinyatakan semua variabel adalah reliabel, dan selanjutnya semua item dalam setiap variabel layak untuk dijadikan sebagai alat ukur.

3.7 Teknik Analisi Data

3.7.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif item variabel terdiri atas 5 item pernyataan dengan skala pengukuran satu sampai lima, untuk mengetahui katagori rata-rata skor menggunakan perhitungan dalam metode rumus yang digunakan menurut (Sudjana, 2005) yaitu :

$$\text{Rentang skor} = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{Jumlah kategori}}$$

Skor tertinggi : 5

Skor terendah : 1

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

5

$$= 0,8$$

Sehingga interpretasi skor menurut Sudjana, 2008 antara lain :

1,0 – 1,8 = sangat buruk

1,8 – 2,7 = buruk

2,7 – 3,6 = cukup

3,6 – 4,5 = baik

4,5 – 5,0 = sangat baik

3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda yaitu analisis regresi yang menjelaskan hubungan variabel bebas antara variabel terikat (Sugiyono, 2011).

Berikut ini persamaan regresi linier berganda:

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

Y = Kepuasan Konsumen

A = Konstanta

X1 = *kualitas website*

X2 = kepercayaan

b₁, b₂ = Parameter koefisiensi regresi variabel bebas

e = **Variabel kesalahan**

3.8 Uji Asumsi Klasik

Tujuan dari asumsi klasik adalah mengetahui kondisi data yang yang dipergunakan dalam penelitian, sehingga diperoleh model analisis yang tepat. Uji asumsi klasik meliputi :

1. Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Pengujian normalitas data dilakukan dengan kriteria berikut :

- a. Data menyebar dan megikuti arah garis diagonal, maka data tersebut memenuhi asumsi normalitas.
- b. Data menyebar jauh dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka data tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2012).

2. Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilakukan dengan menganalisis nilai *Tolerance* dan *Variance Influence Factor* (VIF) dengan kriteria berikut :

- a. Jika nilai VIF > 10 dan Tolerance $< 0,1$ maka ini berarti dalam persamaan regresi terdapat masalah multikolinieritas.
- b. Jika nilai VIF < 10 dan Tolerance $> 0,1$ maka ini berarti dalam persamaan regresi tidak terdapat masalah multikolinieritas (Ghozali, 2012).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan variance dari residul suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk menganalisis terjadinya masalah heteroskedastisitas, dilakukan dengan menganalisis Grafik Scatter Plot dengan kriteria berikut ini :

- a. Jika sebaran titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan sebenarnya berada dibawah dan diatas titik nol sumbu Y maka dapat diartikan bahwa data tersebut tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.
- b. Jika sebaran titik-titik membentuk pola tertentu dan sebarannya hanya berada dibawah dan diatas titik nol sumbu Y maka dapat diartikan bahwa data tersebut terdapat masalah heteroskedastisitas (Ghozali, 2012).

4. Uji Autokorelasi

Merupakan korelasi yang pada tempat yang berdekatan datanya yaitu *cross sectional*. Cara mengetahui ada tidaknya gejala autokorelasi yaitu dengan menggunakan nilai DW (Durbin Watson) dengan kriteria

pengambilan jika nilai $D - W$ diantara 1,5 – 2,5 maka tidak mengalami gejala autokorelasi (Ghozali, 2012).

Menurut Ghozali (2012) uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dengan model regresi dan korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode-t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Pengujian autokorelasi dilakukan dengan uji *durbin watson* dengan menggunakan nilai *durbin watson* hitung (d) dengan nilai *durbin watson* tabel, yaitu batas atas (d_u) dan batas bawah (d_L). Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Jika $0 < d < d_L$, maka terjadi autokorelasi positif.
- b. Jika $d_L \leq d \leq d_u$, maka tidak ada kepastian terjadi autokorelasi atau tidak.
- c. Jika $4 - d_L < d < 4$, maka terjadi autokorelasi negatif.
- d. Jika $4 - d_u \leq d < 4 - d_L$, maka tidak ada kepastian terjadi autokorelasi atau tidak.
- e. Jika $d_u < d < 4 - d_u$, maka tidak terjadi autokorelasi positif maupun negatif.

3.9 Uji Hipotesis

1. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji signifikan hubungan antara variabel X dan variabel Y secara parsial atau dapat dikatakan uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi-variasi terikat (Ghozali, 2012). Pengujian hipotesis dapat dinyatakan yaitu :

- a. Nilai sig hitung $>$ nilai alpha (0,05), maka H_0 diterima, variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
- b. Nilai sig hitung $<$ nilai alpha (0,05), maka H_0 ditolak, variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2011).