

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif. Menurut Bahri dan Zamzam (2015, p. 5) penelitian kuantitatif merupakan yang berhubungan dengan realitas dan fenomena yang dapat diklarifikasikan, nyata, terukur dan berhubungan sebab akibat. Penelitian kuantitatif juga digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi

Menurut Siyoto dan Sodik (2015, p. 63) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian menarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *online shop* RL_Watch.

3.2.2 Sampel

Menurut Siyoto dan Sodik (2015, p. 64) sampel adalah populasi yang terdiri dari jumlah dan karakteristik, atau sebagian kecil dari populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasi tersebut.

Untuk menentukan sampel terpilih merupakan representasi dari populasi, diperlukan ketepatan untuk dapat memilih metode sampel yang tepat. Pada penelitian ini menggunakan populasi yang tidak diketahui sehingga pengambilan sampel dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \left[\frac{Z_{\alpha}^2}{E} \right]^2$$
$$n = \left[\frac{1,96^2}{0,20} \right]^2$$
$$n = 96$$

Dimana:

n = Ukuran sampel

$Z_{\frac{\alpha}{2}}$ = Nilai standart normal dengan tingkat kepercayaan $(1-\alpha)$ 95%

E = Tingkat ketetapan yang digunakan dengan besarnya error maksimum 20%

Dari perhitungan di atas dapat diketahui minimal sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 responden dan untuk memudahkan pengolahan data dapat dibulatkan menjadi 100 responden. Pengambilan sampel pada penelitian ini adalah pengambilan sampel secara tidak acak (*non random sampling*) karena menyesuaikan antara kebutuhan dan didasarkan atas tujuan dari peneliti agar dapat terpenuhi. Pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan *purposive sampling* yaitu pengambilan data disesuaikan dengan kriteria-kriteria yang ditentukan sebelumnya (Asnawi & Wijaya, 2012, p. 254). Kriteria-kriteria yang dimaksud yaitu pernah melakukan pemesanan dan pembelian produk *online shop* RL_Watch minimal satu kali.

3.3 Definisi Operasional

Berikut operasionalisasi variabel dalam penelitian ini:

1. Variabel independen

Menurut Sarwono (2017, p. 2) variabel independen atau variabel bebas adalah sebuah variabel yang variabilitasnya dapat diukur, dimanipulasi dan dapat dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang diobservasi. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari:

a. Kualitas produk (X_1)

Kualitas produk adalah suatu produk yang dianggap melebihi ekspektasi awal konsumen. Kualitas produk dalam penelitian ini diukur dari adanya dimensi kualitas produk yang terdiri dari :

- 1) *Performance*; hal ini berkaitan dengan aspek fungsional dan karakteristik utama dari produk yang dijual secara *online* oleh RL_Watch.
- 2) *Features*; hal ini terdiri dari aspek performansi yang dijual secara *online* oleh RL_Watch.

- 3) *Reliability*; menunjukkan tentang kondisi produk yang dijual secara *online* oleh RL_Watch apabila digunakan dalam waktu beberapa periode tertentu.
 - 4) *Conformance*; menunjukkan tentang tingkat kesesuaian, spesifikasi keinginan konsumen serta ketepatan karakteristik desain produk dengan karakteristik kualitas terkait produk yang dijual secara *online* oleh RL_Watch.
 - 5) *Durability*; menunjukkan tentang daya tahan produk yang dijual secara *online* oleh RL_Watch.
 - 6) *Aesthetics*; menunjukkan tentang nilai-nilai estetika pada produk yang dijual secara *online* oleh RL_Watch.
 - 7) *Fit and finish*; menunjukkan tentang perasaan konsumen setelah membeli produk yang dijual secara *online* oleh RL_Watch.
- b. Kualitas layanan (X_2)

Kualitas layanan adalah konsistensi dan kesesuaian dengan prosedur terkait dengan pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Kualitas layanan dalam penelitian ini diukur dari beberapa dimensi yang terdiri dari:

- 1) Efisiensi; menunjukkan pada kemampuan pelanggan untuk mengakses website RL_Watch, mencari produk yang diinginkan dan informasi yang berkaitan dengan produk RL_Watch, dan meninggalkan website RL_Watch dengan upaya minimal.
- 2) Reliabilitas; berkaitan dengan fungsionalitas teknik situs RL_Watch.
- 3) *Fullfillment*; menunjukkan tentang akurasi janji layanan RL_Watch, ketersediaan stok produk RL_Watch dan pengiriman produk RL_Watch dengan waktu yang dijanjikan.
- 4) Privasi; menunjukkan tentang jaminan bahwa data perilaku berbelanja konsumen tidak akan diberikan RL_Watch kepada pihak lain dan adanya jaminan informasi keamanan konsumen.
- 5) Daya tanggap; menunjukkan tentang kemampuan RL_Watch untuk memberikan informasi yang tepat kepada konsumen saat timbul pertanyaan terkait dengan produk, memiliki mekanisme, untuk

menangani konsumen mengembalikan produk serta menyediakan garansi online pada produk RL_Watch.

- 6) Kompensasi; menunjukkan tentang pengembalian uang, biaya pengiriman dan biaya penanganan produk RL_Watch.
- 7) Kontak; menunjukkan tentang kebutuhan konsumen atau pelanggan untuk dapat berbicara dengan staf layanan pelanggan RL_Watch secara *online* atau melalui telepon.

c. Harga (X_3)

Harga adalah jumlah uang yang ditetapkan oleh penjual terkait dengan produk yang ditawarkan kepada konsumen. Pada penelitian ini, harga diukur dengan beberapa komponen, antara lain:

- 1) *Flexibility*; menunjukkan tentang perbedaan harga yang ditawarkan oleh RL_Watch dengan perusahaan pesaing.
- 2) *Price level*; menunjukkan kemampuan RL_Watch dalam menetapkan harga produk sesuai dengan tingkatan dari harga pasar.
- 3) *Discount*; menunjukkan tentang pemberian diskon atau potongan harga terhadap produk yang dijual oleh RL_Watch.
- 4) *Allowances*; menunjukkan tentang pemberian uang dengan maksud tertentu oleh pihak RL_Watch kepada pelanggan.

2. Variabel dependen

Menurut Sarwono (2017, p. 2) variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang memberikan suatu respon atau reaksi apabila dihubungkan dengan variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen adalah rasa senang dan puas yang ditunjukkan oleh konsumen apabila konsumen tersebut mendapat kesesuaian terhadap produk yang dibeli. Terdapat lima dimensi yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen, antara lain:

- a. Dimensi kualitas produk; menunjukkan bahwa produk yang dijual oleh RL_Watch memiliki kinerja baik, fitur yang lengkap, spesifikasi yang baik, memiliki konsistensi, dan design terbaru.
- b. Dimensi harga; menunjukkan bahwa harga yang ditetapkan oleh RL_Watch sesuai dengan daya beli konsumen.

- c. Dimensi mutu pelayanan; menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan RL_Watch sesuai dengan harapan konsumen, yaitu memiliki sistem yang mudah, menggunakan teknologi yang canggih dan memiliki sumber daya manusia yang cekatan dalam memberikan pelayanan.
- d. Dimensi emosional; menunjukkan bahwa konsumen senang membeli produk RL_Watch karena produk yang dijual memiliki warna dan bentuk yang diinginkan konsumen, konsumen senang karena orang di lingkup sekitarnya juga menggunakan produk RL_Watch serta konsumen senang karena RL_Watch sesuai dengan karakter personal konsumen itu sendiri.
- e. Dimensi kemudahan; menunjukkan bahwa RL_Watch memberikan kemudahan, kenyamanan dan efisiensi bagi konsumen dalam pembelian produk.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan angket, dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2018, p 143). Responden akan memilih salah satu pilihan yang paling sesuai atas pernyataan yang diberikan dalam angket. Angket akan disebarakan secara *online* dengan memberikan *link* melalui *Google Form*.

Skala pengukuran yang akan digunakan adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2018) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (p. 152). Skala Likert yang digunakan pada penelitian ini memiliki lima alternatif pilihan jawaban, yaitu:

1. Sangat Tidak Setuju (STS) yang memiliki skor 1
2. Tidak Setuju (TS) yang memiliki skor 2
3. Netral (N) yang memiliki skor 3
4. Setuju (S) yang memiliki skor 4
5. Sangat Setuju (SS) yang memiliki skor 5

3.5 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data yang dilakukan dengan uji asumsi klasik, analisis koefisien determinasi berganda, analisis regresi sederhana, analisis regresi linier berganda dan pengujian hipotesis.

1. Uji Asumsi Klasik

Sebelum model regresi digunakan untuk menguji hipotesis, diperlukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa model telah memenuhi kriteria BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*). Adapun uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas dengan variabel terikat mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas diukur dengan menggunakan grafik normal plot. Pada grafik normal plot, dengan asumsi data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik hitogramnya menunjukkan pola distribusi normal.

b. Multikolinieritas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi variabel dependen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut 1) mempunyai angka *tolerance* di atas ($>$)0,1; 2) mempunyai nilai VIF di bawah ($<$) 10.

c. Heterokedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homokedastisitas dan jika berbeda maka disebut Heterokedastisitas. Model yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Dasar pengambilan keputusan adalah jika ada pola yang

jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Koefisien determinasi digunakan untuk menunjukkan besarnya sumbangan variabel X terhadap variabel Y. Nilai R² atau r² berada di antara 0 dan 1 yang mempunyai arti yaitu bila R² atau r² = 1, artinya menunjukkan variabel bebas mampu menjelaskan variable terikat 100% dan pendekatan model yang digunakan adalah model yang tepat. Bila R² atau r² = 0, artinya menunjukkan bahwa variabel bebas tidak mampu menjelaskan *variable terikat*. Semakin tinggi nilai R² atau r² dan atau semakin mendekati 1, maka semakin baik model yang digunakan.

3. Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda (*multiple regression analysis*) adalah satu teknik statistik yang dapat digunakan untuk menganalisa hubungan antara satu variabel dependen tunggal dan beberapa variabel independen. Model regresi linier berganda dalam penelitian ini disusun menggunakan nilai koefisien regresi *unstandardized B* (untuk analisis pengaruh simultan) dan *standardized beta* (untuk analisis pengaruh parsial). Rumus regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana:

Y	: Kepuasan konsumen
β_0	: Koefisien konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien regresi
X ₁	: Kualitas produk
X ₂	: Kualitas layanan
X ₃	: Harga
e	: Error

4. Uji hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menganalisa dan mendapatkan kesimpulan terhadap permasalahan yang diteliti. Pengujian ini dimaksudkan untuk

mengetahui apakah terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas. Uji hipotesis yang digunakan adalah uji F dan uji t.

a. Pengujian hipotesis dengan uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan. Adapun langkah-langkah dalam uji F ini adalah sebagai berikut:

1) Membuat hipotesis, yaitu:

H_0 : Variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

H_1 : Variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat.

2) Menetapkan besarnya nilai α (*level of significance*) yaitu 0,05.

3) Mengambil keputusan dengan ketentuan:

a) Jika nilai F_{hitung} menurut hasil perhitungan lebih kecil daripada nilai F_{tabel} ($F_{hitung} < F_{tabel}$), maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

b) Jika nilai F_{hitung} menurut hasil perhitungan lebih besar daripada nilai F_{tabel} ($F_{hitung} > F_{tabel}$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

b. Pengujian hipotesis dengan uji t

Uji t (*test significance individual parameter*) digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Adapun langkah-langkah dalam uji t ini adalah sebagai berikut:

1) Membuat hipotesis, yaitu:

H_0 : Variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

H_1 : Variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat.

2) Menetapkan besarnya nilai α (*level of significance*) yaitu 0,05.

3) Mengambil keputusan dengan ketentuan:

a) Jika nilai t_{hitung} menurut hasil perhitungan lebih kecil daripada nilai t_{tabel} ($t_{hitung} < t_{tabel}$), maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

b) Jika nilai t_{hitung} menurut hasil perhitungan lebih besar daripada nilai t_{tabel} ($t_{hitung} > t_{tabel}$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.