

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Menurut Efendi & Ibrahim (2018:3) metode penelitian merupakan suatu metode ilmiah untuk memperoleh data yang valid, tujuannya untuk dapat menemukan, mengembangkan dan membuktikan suatu pengetahuan sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan memprediksi suatu masalah.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Anshori & Iswati (2019:155) metode penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berfokus pada pengujian hipotesis, data yang digunakan harus dapat diukur dan menghasilkan kesimpulan yang umum atau dapat digeneralisasikan. Menurut Indriantoro & Supomo (2016:24) penelitian kuantitatif menekankan pada pengujian teori dengan mengukur variabel penelitian secara numerik dan menganalisis data menggunakan prosedur statistik. Data dideskripsikan secara deduksi dari teori umum, kemudian dengan observasi untuk menguji validitas teori lalu menarik kesimpulan. Pengujian hipotesis berisi pernyataan tentang perbedaan dan/atau hubungan antara dua variabel atau lebih untuk membuktikan kebenarannya.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki nilai dan karakteristik tertentu diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan. Menurut Anshori & Iswati (2019) populasi bukan hanya jumlah biasa dari objek penelitian, tetapi juga semua karakteristik atau kualitas objek tersebut. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa/i Sekolah Tinggi Ilmu Indonesia dan Universitas Negeri Jakarta yang menggunakan shopee.

3.2.2 Sampling dan Sampel Penelitian

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Menurut Hamdi & Bahrudin (2015) sampel mewakili populasi yang diteliti. Banyaknya sampel harus diambil dari populasi dalam kegiatan tersebut bergantung pada keadaan populasi. Syamsir (2015) mengatakan ukuran sampel yang layak dalam sebuah penelitian adalah antara 30 (tiga puluh) sampai 500 (lima ratus) orang. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia dan Universitas Negeri Jakarta sebanyak 200 (dua ratus) orang responden yang menggunakan shopee serta bersedia untuk mengisi kuesioner yang diberikan.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu *purposive sampling* dengan teknik analisis faktor. Menurut Utama (2016) besarnya jumlah sampel tergantung pada jumlah indikator yang minimalnya dikalikan 5 kalinya. Jumlah sampel minimal dalam penelitian ini yaitu $24 \times 5 = 120$ sampel. Teknik sampling dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Menurut Unaradjan (2019) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti yang mempunyai pertimbangan tertentu dalam pengambilan sampel atau menentukan sampel untuk tujuan tertentu.

Karakteristik sampel yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah mahasiswa/i Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia dan Universitas Negeri Jakarta yang pernah menggunakan dan melakukan transaksi melalui shopee sekurang-kurangnya 6 bulan terakhir serta telah melakukan pembelian produk sekurang-kurangnya sekali dalam periode waktu tersebut.

3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Data

Menurut Suryani & Hendriyadi (2016) data adalah setiap informasi yang digunakan dan diolah sebagai bagian dari suatu kegiatan penelitian sehingga dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Indriantoro & Supomo (2016:147) menyatakan bahwa data primer adalah data penelitian yang bersumber dan diperoleh secara langsung dari sumber asli, data primer dalam penelitian ini adalah jawaban yang diberikan oleh responden penelitian dalam kuesioner penelitian. Sedangkan data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara, pada penelitian ini data sekunder merupakan data lain berupa bukti historis dari perusahaan atau lembaga lain yang berkaitan pada penelitian ini. Pada saat pengisian data, responden diwajibkan mencantumkan identitas yang akan menjadi kerahasiaan responden.

3.3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017:142) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. kuesioner tersebut dibagikan kepada responden tertentu yang sesuai dengan kriteria dan diharapkan menjawab pertanyaan dalam kuesioner tersebut menurut pendapat dan sudut pandang sendiri. Metode pengumpulan data yang digunakan penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner online dalam bentuk *google form*.

2. Studi Pustaka

Studi Pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan mencari referensi dari buku-buku, literatur, jurnal, website yang berkaitan dengan penelitian ini untuk mendukung hasil penelitian.

3.3.3 Skala Pengukuran

Skala pengukuran pada penelitian ini menggunakan skala *likert*, yaitu skala interval dalam pengukuran variabel yang didalamnya mengandung pernyataan tentang setuju sampai tidak setuju tentang sesuatu hal yang dinyatakan dalam kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian Skala Likert

Pernyataan	Bobot Nilai
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2017)

3.4 Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel penelitian adalah penjelasan atau bagian yang mendefinisikan variabel yang digunakan dalam penelitian tentang indikator-indikator yang menyusunnya Noor (2016). Operasionalisasi variabel merupakan metode untuk mengukur variabel pada penelitian dengan cara diturunkan menjadi variabel operasional atau indikator penelitian agar dapat diukur. Operasional variabel dalam penelitian ini meliputi:

Tabel 3.2 Indikator Penelitian

No.	Indikator	Sub Indikator	No. Item
1.	<i>Efficiency</i> (Efisiensi)	Shopee mudah untuk diakses pengguna	1
		Produk yang dibutuhkan pelanggan dapat dengan mudah ditemukan di shopee	2
		Informasi produk di shopee mudah didapatkan	3
		Menu yang ada pada shopee terlalu banyak	4
2.	<i>Fulfillment</i> (Pemenuhan)	Shopee selalu memberikan gratis ongkos kirim dengan minimum transaksi	5

		Harga promo yang ditawarkan shopee sesuai pada saat pembayaran	6
		Barang yang dikirim shopee sesuai dengan barang yang dijual	7
3.	<i>Reliability</i> (Keandalan)	Sistem shopee bekerja dengan baik dan memenuhi permintaan pembeli secara akurat	8
		Mudah melakukan transaksi di shopee karena banyak pilihan metode pembayaran	9
		Mudah mendaftar sebagai <i>seller</i> di shopee	10
		<i>Customer service</i> shopee dapat menyelesaikan masalah transaksi dengan baik	11
4.	<i>Privacy</i> (Privasi)	Merasa aman mengenai data pribadi di shopee dari <i>hacker</i>	12
		Shopee tidak akan menyalahgunakan data pelanggan	13
		Mudah menghapus akun pengguna	14
5.	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	<i>Customer service</i> shopee cepat dalam merespon panggilan	15
		Shopee memberikan pesan informasi promo dan diskon dengan jelas	16
		Shopee menghapus toko yang tidak aktif berjualan	17
6.	<i>Compensation</i> (Kompensasi)	Shopee memberikan garansi 100% pengembalian dana jika transaksi gagal	18
		Shopee menawarkan retur barang jika barang yang datang tidak sesuai atau rusak	19

		Shopee memberikan kompensasi jika barang yang datang tidak sesuai, hilang, atau rusak	20
7.	<i>Contact</i> (Kontak)	Shopee menyediakan pelanggan akses komunikasi (telepon, email dan lain-lain) untuk mengatasi keluhan belanja pelanggan	21
		Shopee menyediakan layanan komunikasi dengan penjual	22
		Shopee memiliki <i>customer service</i> yang selalu online setiap saat	23
		Shopee menyediakan layanan komunikasi dengan teman kontak pelanggan	24

Sumber: Parasuraman et al. dalam Budiman et al. (2020)

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Metode Pengolahan Data

Pengolahan data adalah proses perhitungan atau transformasi data *input* menjadi informasi yang mudah dimengerti ataupun sesuai dengan yang diinginkan Sutarman (2012:4). Pengolahan data merupakan serangkaian kegiatan atas informasi yang direncanakan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Tujuan dari pengolahan data adalah untuk menafsirkan dan menarik kesimpulan suatu penelitian dari data-data yang telah dikumpulkan.

setelah dilakukan analisis data, perlu adanya penyajian data agar lebih mudah untuk membaca dan menyimpulkan hasil analisis. Penyajian data dalam penelitian ini berupa tabel dan gambar dari hasil analisis yang dideskriptifkan.

3.5.2 Alat Analisis Data

3.5.2.1 Uji Validitas

Validitas merupakan instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang harus diukur Sugiyono (2017). Tujuan uji validitas data adalah untuk menguji keabsahan instrumen penelitian, sehingga mengetahui kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Kuesioner dikatakan valid jika pernyataan dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan menggunakan *Statistical Program for Social Science 25* (SPSS 25) dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* ($df = n - 2$, n adalah jumlah sampel. Dengan kriteria jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dinyatakan valid dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid.

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017:130) uji reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Reliabilitas merujuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Kuesioner dianggap reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Tolak ukur reliabilitas suatu kuesioner adalah nilai *Cronbach Alpha* (α) diperoleh dengan uji statistik. Nilai *Cronbach Alpha* minimum yang dapat diterima adalah 0,70 (nol koma tujuh puluh). Suatu kuesioner dinyatakan handal apabila memiliki nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$. Suatu instrument agar memiliki tingkat kepercayaan tinggi maka data tersebut harus valid dan reliabel. Tingkatan reliabilitas dapat diukur kedalam lima kelas dengan skala yang sama, ukuran tingkat reliabilitas dapat diintegrasikan seperti tabel berikut:

Tabel 3.3 Tingkatan Reliabilitas

Koefisien Reliabilitas	Kriteria
> 0,9	Sangat Reliabel
0,7 – 0,9	Reliabel
0,4 – 0,7	Cukup Reliabel
0,2 – 0,4	Kurang Reliabel
< 0,2	Tidak Reliabel

Sumber: Sugiyono (2017)

3.5.2.3 Metode Servqual

Setelah mendapatkan skor penilaian tingkat kinerja dan tingkat kepentingan dari responden, bandingkan kedua penilaian tersebut untuk mengetahui kesesuaian responden. tingkat kesesuaian digunakan untuk menentukan urutan prioritas atribut yang perlu segera diperbaiki karena mempengaruhi kepuasan pelanggan. Data yang diolah berdasarkan hasil jawaban responden dari penyebaran kuesioner penelitian tentang persepsi kinerja dan harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan shopee dengan menjumlahkan nilai persepsi (X) dan nilai harapan pelanggan (Y) dari setiap atribut kemudian dihitung rata-ratanya (\bar{X}) dan (\bar{Y}).

$$\bar{X} = \frac{X_i}{n} \quad \text{dan} \quad \bar{Y} = \frac{Y_i}{n}$$

Keterangan:

\bar{X} = Nilai rata – rata tingkat persepsi kinerja

\bar{Y} = Nilai rata – rata tingkat harapan pelanggan

n = Jumlah sampel

Menghitung GAP/Kesenjangan antara nilai rata-rata persepsi kinerja dengan nilai rata-rata harapan pelanggan.

$$NSi = \bar{X}_i - \bar{Y}_i$$

Keterangan:

NSi = Nilai Servqual GAP tiap atribut

\bar{X}_i = Nilai rata – rata tingkat persepsi kinerja

\bar{Y}_i = Nilai rata – rata tingkat harapan pelanggan

Menghitung rata-rata keseluruhan GAP/Kesenjangan seluruh atribut tiap dimensi penelitian.

$$\bar{NS}_{ij} = \frac{NSi}{A}$$

Keterangan:

\bar{NS}_{ij} = Nilai rata – rata Servqual GAP per atribut tiap dimensi

NSi = Nilai Servqual GAP tiap atribut

A = Banyaknya atribut tiap dimensi

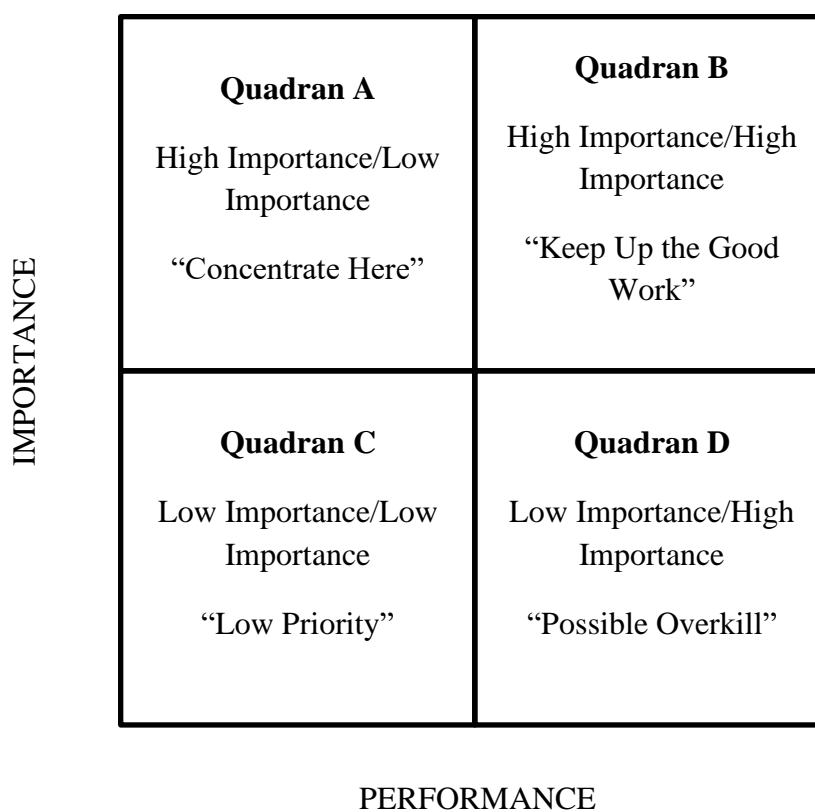
Menjumlahkan hasil hitung nilai kepuasan tiap dimensi lalu disimpulkan dengan ketentuan:

- a. Nilai kepuasan negatif (< 0) menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan persepsi konsumen.
- b. Nilai kepuasan sama dengan nol ($= 0$) menunjukkan kualitas pelayanan telah sesuai dengan harapan konsumen.
- c. Nilai kepuasan positif (> 0) menunjukkan kualitas pelayanan telah melebihi tingkat kepuasan konsumen.

3.5.2.4 Diagram Kartesius

Diagram Kartesius atau *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan metode untuk melakukan pemetaan tingkat kepentingan (*importance*) pelayanan dengan persepsi pelanggan terhadap kinerja (*performance*) untuk mengidentifikasi layanan yang perlu ditingkatkan (Yulianti, 2016). Melalui proses pengumpulan data, peneliti dapat mengetahui perbedaan dari jenis atribut yang terdapat pada empat diagram kartesius sebagai berikut:

Gambar 3.1 Diagram Kartesius



Sumber: Sastika (2018)

Pemetaan dilakukan pada empat kuadran yang ada di dalam diagram kartesius. Pembagian penempatan atribut pada diagram kartesius dapat disesuaikan berdasarkan kriteria tiap kuadran sebagai berikut:

- **Kuadran A:** daerah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, namun pada kenyataannya faktor-faktor tersebut tidak sesuai

dengan harapan pelanggan (tingkat kepuasan masih rendah). Variabel-variabel yang berada dalam kategori ini harus segera ditingkatkan.

- Kuadran B: merupakan area yang mengandung faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan. Faktor-faktor yang dipertimbangkan pelanggan adalah berdasarkan perasaan mereka, sehingga kepuasan pelanggan tinggi. Variabel yang termasuk dalam kuadran ini harus dipertahankan, karena produk atau jasa dianggap sangat penting dan memuaskan pelanggan.
- Kuadran C: area ini mengandung faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, padahal kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan variabel pada kuadran ini dapat dipertimbangkan Kembali karena berdampak pada manfaat yang dirasakan pelanggan relatif kecil.
- Kuadran D: area ini mengandung beberapa faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan. Variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi sehingga perusahaan dapat menghemat biaya.

Supranto (2016) menyatakan bahwa layanan bermanfaat jika didasarkan pada kepentingan pelanggan dan kinerja perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian tingkat kepentingan dan hasil penilaian kinerja, dihasilkan suatu perhitungan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat implementasinya. Tingkat kesesuaian merupakan hasil perbandingan kinerja atau hasil implementasi dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian ini yang akan menentukan urutan prioritas untuk meningkatkan faktor kepuasan pelanggan. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$TK_i = \frac{X_i}{Y_i}$$

Keterangan:

TK_i = Tingkat Kesesuaian Responden

X_i = Skor penilaian pelaksanaan layanan

Y_i = Skor penilaian kepentingan pelanggan

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi dengan skor tingkat pelaksanaan dan sumbu vertical (Y) akan di isi skor tingkat kepentingan. Dalam penyederhanaan rumus maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$X = \frac{X_i}{n} \quad \text{dan} \quad Y = \frac{Y_i}{n}$$

Keterangan:

X = Skor rata – rata tingkat pelaksanaan layanan

Y = Skor rata – rata tingkat kepentingan pelanggan

n = Jumlah responden

Dalam menentukan skor kesesuaian, menerima hipotesis bahwa harapan pelanggan sesuai atau sama dengan pelayanan yang dilakukan jika TKi = 100%. Dalam menentukan kebijakan perusahaan mengenai pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan dapat dilihat pada diagram kartesius.