

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

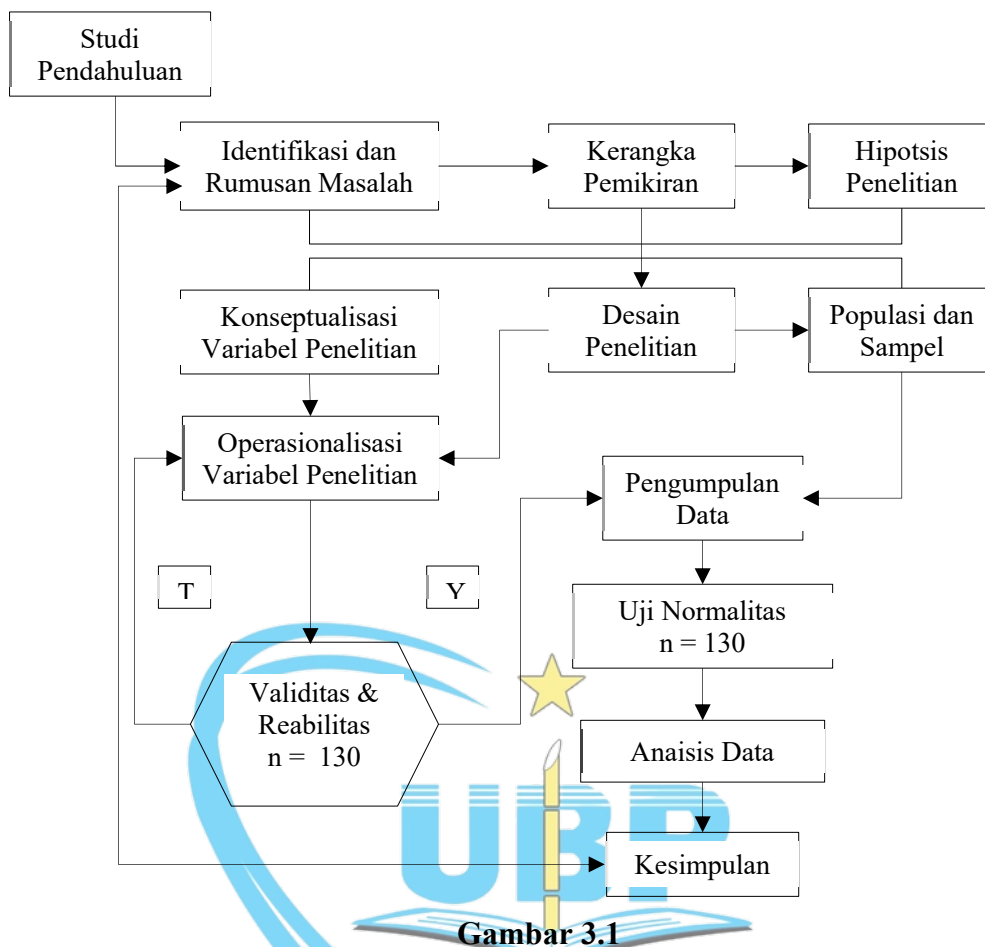
3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang menurut (Sugiyono, 2019:2) yaitu cara yang berdasarkan ilmu filsafat, yang dilakukan untuk penelitian di populasi dan juga sampel sehingga dapat mengujikan hipotesis yang sudah ditentukan. Uji keabsahan data didalam penelitian kuantitatif ini dilakukan melalui penelitian deskriptif dan verifikatif.

Metode statistik deskriptif merupakan suatu teknik yang bertujuan agar menghasilkan suatu analisis melalui menjelaskan ataupun membuat gambaran data yang sudah ada kemudian dibuatlah suatu kesimpulan secara keseluruhan.

Sedangkan metode verifikatif merupakan suatu teknik yang bertujuan agar dapat memberikan bukti yang benar terkait pendapat dalam suatu tempat juga waktu yang telah ditentukan (Sugiyono, 2019). Isi dari penelitian ini dilakukan dengan analisis jalur (*path analysis*) yang digunakan agar mengetahui korelasi dari *e-service quality* (x_1) dan *e-trust* (x_2) terhadap *customer satisfaction* (y).

Berikut ini merupakan gambar dari alur proses yang dilakukan penulis dalam membuat penelitian.



Gambar 3.1
Desain Penelitian
 Sumber: (Uus MD Fadli, 2021)

Gambar diatas memperlihatkan proses saat membuat desain penelitian. Studi pendahuluan terhadap objek penelitian merupakan tahapan awal yang dilaksanakan. Untuk mengumpulkan permasalahan data dan survei awal yang selanjutnya akan dijadikan sebagai latar belakang dari penelitian atau riset. Kemudian melaksanakan identifikasi masalah, dimana identifikasi masalah ini merupakan *basic* dalam pembuatan sebuah kerangka pemikiran penelitian/riset diperuntukan sebagai penentuan hipotesis penelitian.

Selanjutnya apabila langkah tersebut telah selesai dilaksanakan, maka pembuatan desain penelitian sebagai kerangka untuk melakukan penelitian. Kemudian perlu melaksanakan pengkonsepkan mengenai variabel yang diteliti pada penelitian, dengan memakai berbagai literatur dan studi pustaka yang selaras, untuk pengenalan atau identifikasi secara operasional.

Setelah pembuatan disain penelitian, mesti menentukan populasi ataupun sampel untuk penentuan responden saat penelitian. Jika jumlah sampel sudah diketahui, maka didapatkan data-data dari tanggapan responden yang akan digabungkan dan dianalisis lewat analisis jalur. Akan tetapi, sebelum melaksanakan analisis terhadap data yang telah digabungkan, terlebih dahulu dilaksanakan uji validitas dan uji reliabilitas, jika hasilnya valid dan reliabel maka data dapat dilanjutkan untuk dianalisis, sedangkan apabila hasilnya tidak valid dan reliabel perlu dipertimbangkan untuk tetap disertakan pada analisis atau melihat kembali pada definisi dari variabel penelitian atau riset secara operasional.

Langkah selanjutnya yaitu melakukan uraian normalitas untuk membuktikan dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai data yang berdistribusi normal atau tidak. Setelah itu barulah melakukan analisis pada data yang sudah di uji validitas, uji reliabilitas dan uji normalitas. Terakhir, sesudah melakukan uraian data, maka dapat dibuat simpulan pada hasil uraian tersebut dan menginterpretasikan hasil analisis tersebut.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Universitas Buana Perjuangan Karawang khususnya pada mahasiswa Program Studi Manajemen.

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan yaitu selama ± 5 bulan yang dimulai bulan April hingga Agustus 2021 pada Mahasiswa Manajemen UBP Karawang yang menggunakan aplikasi OVO.

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Jadwal Penelitian																			
		April 2021				Mei 2021				Juni 2021				Juli 2021				Agustus 2021			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Pencarian Data Empiris																				
2.	Penulisan Proposal																				
3.	Perbaikan Proposal																				
4.	Seminar Proposal																				
5.	Pengambilan Data, Observasi, dan Analisis Data																				
6.	Penulisan Skripsi																				
7.	Perbaikan Skripsi																				
8.	Sidang Skripsi																				

Sumber: Dikaji (2021)

3.3 Definisi Operasional Variabel

Tiga variabel yang digunakan pada penelitian ini, yaitu terdiri dari dua variabel independen (variabel bebas) dan satu variabel dependen (variabel terkait/tergantung).

Dibawah ini merupakan pengertian dari operasional variabel didalam penelitian.

a. Variabel Independen (variabel bebas)

Variabel independen atau bebas merupakan variabel untuk mempengaruhi dengan menyebabkan perubahan munculnya variabel yang terikat (Sugiyono, 2019:69).

b. Variabel Dependen (terikat/tergantung)

Variabel dependen atau tergantung disebut juga suatu variabel dengan terpengaruh diakibatkan terdapat variabel bebas (Sugiyono, 2019:69).

3.3.1 Definisi Variabel *E-Service Quality*

E-service quality adalah suatu pengembangan dari *service quality* dengan dilakukan secara *online* dengan maksud sebesar mana pengaruh dari *marketplace* salah satunya dengan menggunakan internet dalam memberikan kemudahan dalam jual beli dengan mudah dan terjangkau agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Alat ukur untuk mengukur *e-service quality* aplikasi OVO dikalangan mahasiswa Manajemen UBP Karawang akan digunakan dimensi pengukuran yang disampaikan oleh (Fandy Tjiptono, 2016:178), antara lain yaitu :

1. Efisiensi (*Efficiency*)
Kelancaran serta kemampuan dalam mengakses web untuk mencari yang diinginkan.
2. Ketersediaan Sistem (*System Availability*)
Fungsional suatu *website* dan berfungsi sebagaimana mestinya.
3. Pemenuhan (*Fulfillment*)
Mencakup terpenuhinya hasil transaksi suatu *website* dapat selesai dan sesuai yang dijanjikan.
4. Privasi (*Privacy*)
Berkenaan dengan perlindungan terjaminnya keamanan dan informasi pelanggan.
5. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
Kemampuan memberi tanggapan yang tepat ketika terdapat masalah.
6. Kompensasi (*Compensation*)
Kemampuan dalam memberikan biaya penanganan/pengembalian ketika terjadinya suatu permasalahan.
7. Kontak (*Contact*)
Kesiapan layanan kebutuhan pelanggan secara *online* atau melalui telepon.

Cara mengukur *e-service quality* digunakan skala likert yaitu respon skor terendah 1 dan tertinggi 5

3.3.2 Definisi Variabel *E-Trust*

E-Trust adalah suatu syarat utama dalam berinteraksi melalui internet yang dimana seseorang yakin terhadap rekan bisnis yang dijalaninya, serta berani dalam melangkah untuk mengambil keputusan sehingga menjadi sebuah penilaian terkait kepercayaan yang dirasakan.

Alat ukur untuk mengukur *e-trust* dikemukakan oleh (Priansa, 2017:125), dengan dimensi pengukurannya adalah :

1. Kepercayaan Keyakinan (*Trusting Belief*) :

Trusting belief adalah keyakinan seorang konsumen terhadap suatu pihak perusahaan yang dapat dipercaya akan memberikan sebuah manfaat bagi dirinya sendiri, dengan didasari oleh tiga elemen indikator yang akan membentuk antara lain yaitu :

- a. Niat baik (*Benevolence*), pandangan seorang konsumen terkait kemauan penjual untuk memenuhi kebutuhan antara penjual dengan pelanggan.
- b. Integritas (*Integrity*), pandangan konsumen terkait kejujuran penjual untuk memberikan pelayanan yang terbaik sesuai kesepakatan kepada konsumen dalam transaksi secara digital.
- c. Kompetensi (*Competence*), penjual mampu menyiapkan segala kebutuhan pelanggan, mengamankan, dan memberikan pelayanan.

2. Niat Mempercayai (*Trusting Intention*)

Trusting intention merupakan situasi dimana seseorang dengan sendirinya bermaksud untuk mengarah langsung kepada orang lain untuk bergantung terhadap suatu hal. Terdapat dua elemen indikator dalam membentuk *Trusting intention* antara lain :

- a. Kesiediaan Kebergantungan (*Willingness to Depend*), kesanggupan seseorang untuk bergantung kepada penjual meskipun nantinya mungkin akan terdapat kerugian ataupun konsekuensi negatif.
- b. Kesiediaan secara Subyektif (*Subjective Probability of Depending*), pelanggan bersedia dan siap memberikan informasi pelanggan, serta bersedia melakukan transaksi, dan juga memahami arahan dari penjual.

Cara mengukur *e-service quality* digunakan skala likert yaitu respon skor terendah 1 dan tertinggi 5

3.3.3 Definisi Variabel *Customer Satisfaction*

Customer satisfaction adalah suatu peristiwa yang dimana keinginan pelanggan terhadap pelayanan yang di sajikan sesuai dengan kenyataan. Pelayanan sangat mempengaruhi jika pelayanan buruk atau dibawah keinginan pelanggan maka akan merasa kecewa, maka sebaliknya jika dari pelayanan tersebut diberikan sesuai dengan keinginan konsumen maka akan bahagia.

Alat ukur untuk mengukur *customer satisfaction* (Tjiptono, 2014:384) dapat dilakukan dengan melalui dimensi antara lain yaitu :

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)
Berkaitan dengan seberapa puas pelanggan terhadap produk atau jasa yang diberikan.
2. Konfirmasi Harapan (*Confirmation of Expectation*)
Tingkat kesesuaian antara harapan pelanggan dengan yang dirasakan.
3. Niat Beli Ulang (*Repurchase Intention*)
Berkeinginan pelanggan untuk melakukan pembelian kembali.
4. Ketersediaan Untuk Merekomendasi (*Willingness to Recommend*)
Berkaitan dengan masyarakat dalam membeli produk karena manfaat yang telah di sarankan sangat baik setelah menggunakan jasa atau produk tersebut.

Cara mengukur *e-service quality* digunakan skala likert yaitu respon skor terendah 1 dan tertinggi 5.

Sebagai kajian operasional dari variabel dari *E-Service Quality*, *E-Trust*, dan *Customer Satisfaction* lebih detail, maka akan dijelaskan melalui Tabel 3.2.

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item Kuisisioner
		Sistem Transaksi	Ordinal	1

<i>E-Service Quality</i> * (X ₁)	Efisiensi (<i>Efficiency</i>)	Informasi fitur	Ordinal	2
		Kecepatan Akses	Ordinal	3
	Ketersediaan sistem (<i>System Availability</i>)	Kinerja Aplikasi	Ordinal	4
		Kelengkapan Fitur Transaksi	Ordinal	5
	Pemenuhan (<i>Fulfillment</i>)	Kelancaran Sistem	Ordinal	6
		Komitmen	Ordinal	7
	Privasi (<i>Privacy</i>)	Keamanan Data Pribadi	Ordinal	8
		Keamanan Transaksi	Ordinal	9
	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Respon Keluhan	Ordinal	10
		Tindak Lanjut Keluhan	Ordinal	11
	Kompensasi (<i>Compensation</i>)	Jaminan Kompensasi	Ordinal	12
		Tanggung Jawab	Ordinal	13
	Kontak (<i>Contact</i>)	Sarana Komunikasi	Ordinal	14
		Layanan Pengaduan	Ordinal	15
<i>E-Trust</i> ** (X ₂)	Kepercayaan Keyakinan (<i>Trusting Belief</i>)	Fleksibel	Ordinal	1
		Saling Menguntungkan	Ordinal	2
		Memenuhi Keinginan	Ordinal	3
	Kepercayaan Keyakinan (<i>Trusting Belief</i>)	Perhatian	Ordinal	4
		Terjamin	Ordinal	5
		Keterbukaan	Ordinal	6
		Kejujuran	Ordinal	7
		Bereputasi	Ordinal	8
		Kehandalan	Ordinal	9
		Kompeten	Ordinal	10
		Pemenuhan Transaksi	Ordinal	11
		Pengakuan Eksistensi	Ordinal	12
	Niat Mempercayai (<i>Trusting Intention</i>)	Kesediaan Kebergantungan	Ordinal	13
		Kesediaan Memberi Informasi Pribadi	Ordinal	14
		Kesediaan Menerima Saran	Ordinal	15

Sumber: * - (Fandy Tjiptono, 2016:176)

** - (Donni Juni Priansa, 2017:127)

Tabel 3.3 (Lanjutan)
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item Kuisioner
		Kualitas Pelayanan	Ordinal	1

Customer Satisfaction *** (Y)	Kepuasan pelanggan keseluruhan (<i>Overall Customer Satisfaction</i>)	Kelengkapan Layanan Transaksi	Ordinal	2
		Program yang Ditawarkan	Ordinal	3
		Keterjaminan Transaksi	Ordinal	4
		Pengambilan Keputusan	Ordinal	5
		Pengalaman Transaksi	Ordinal	6
		Kenyamanan Transaksi	Ordinal	7
		Berkesan	Ordinal	8
	Konfirmasi Harapan (<i>Confirmation of Expectations</i>)	Kesesuaian Kinerja	Ordinal	9
		Harapan Terpenuhi	Ordinal	10
	Niat Beli Ulang (<i>Repurchase Intention</i>)	Transaksi Kembali	Ordinal	11
		Meningkatkan Transaksi	Ordinal	12
	Ketersediaan Merekomendasi (<i>Willingness to Recommend</i>)	Merekomendasi	Ordinal	13

Sumber: ** - (Donni Juni Priansa, 2017:127)

*** - (Tjiptono, 2014:384)

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi Penelitian

Populasi merupakan suatu objek penelitian yang memiliki ciri khas tertentu pada suatu tempat untuk diteliti sehingga mendapatkan sebuah simpulan (Sugiyono, 2019:126). Pengguna yang pernah melakukan transaksi *e-wallet* melalui aplikasi OVO pada seluruh mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang dijadikan sebagai populasi untuk penelitian. Hasil dari survei yang dilakukan saat tanggal 08 s/d 12 April 2021 pada mahasiswa Manajemen yang pernah bertransaksi menggunakan *e-wallet* OVO dapat dilihat pada Tabel 3.4 berikut ini.

Tabel 3.4
Hasil Survei Pengguna *E-wallet* OVO
Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang

No	Tahun Angkatan	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Pengguna <i>E-wallet</i> OVO	%
1	2017	506	71	14%

2	2018	511	56	11%
3	2019	504	47	9%
4	2020	485	18	4%
Jumlah		2006	192	

Sumber: Hasil pengolahan (2021)

Berdasarkan pra survei didapatkan hasil sebanyak 192 mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang Angkatan 2017, 2018, 2019, 2020 yang pernah melakukan transaksi pada aplikasi *e-wallet* OVO. Dengan demikian jumlah tersebut akan menjadi populasi untuk penelitian ini.

3.4.2 Sampel Penelitian

Sampel merupakan isi dari suatu populasi untuk diteliti secara rinci (Sugiyono, 2019:129). Penggunaan sampel harus sangat mewakili. Dalam mengetahui hasil sampel dari sebanyak 192 populasi, maka dihitung dengan berdasarkan rumus slovin dibawah ini.

Keterangan :

n : sampel

N : populasi

E : tingkat kesalahan (5% / 0,05)

Pengambilan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar 5% atau tingkat kebenaran 95% sehingga untuk mengetahui jumlah sampel dihitung seperti berikut ini.

$$n = \frac{192}{1 + 192 (0,5)^2}$$

$$n = \frac{192}{1 + 192 (0,5)^2}$$

$$n = 129,72 = 130 \text{ orang}$$

Berdasarkan dari perhitungan tersebut, sehingga dihasilkan sampel sebanyak 130 orang untuk penelitian ini.

3.4.3 Teknik Sampling

Pengambilan untuk sample yang digunakan pada penelitian dalam menentukan sampel yaitu *nonprobability sampling*, yang merupakan teknik yang tidak memiliki kesempatan sama untuk terpilih sebagai sampel (Sugiyono, 2019:128).

Untuk menentukan penggunaan sampel penelitian ini yaitu *purposive sampling*, dimana cara menentukan sampelnya yaitu memilih orang-orang yang dipilih menjadi sampel berdasarkan pertimbangan data sesuai dengan kriteria khusus (Sugiyono, 2019:298). Adapun kriteria-kriteria yang sudah ditentukan antara lain:

1. Mahasiswa aktif Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.
2. Mahasiswa yang pernah melakukan transaksi *e-wallet* aplikasi OVO.
3. Mengetahui tentang cara transaksi menggunakan metode pembayaran *e-wallet* OVO.

3.5 Pengumpulan Data Penelitian

3.5.1 Sumber Data Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2019:296), data berdasarkan sumbernya dibagi menjadi dua antara lain yaitu :

1. Data Primer, yang merupakan data yang didapatkan langsung dari sumber data.
2. Data Sekunder, merupakan sumber data yang diperoleh dari sumber kedua atau tidak secara langsung memberikan dari data yang dibutuhkan.

Dalam penelitian ini, sumber data yang diteliti adalah data primer yang bersifat kuantitatif diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* dengan *Google Form* melalui *WhatsApp* kepada pengguna Aplikasi OVO mahasiswa Manajemen UBPKarawang. Data sekunder yang digunakan yaitu data bersumber dari jurnal, buku, internet, dan informasi lainnya yang diambil secara *online*.

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Berikut adalah teknik dalam pengumpulan data yang dilakukan dari penelitian ini.

1. Observasi

Observasi merupakan suatu teknik dari pengumpulan data dengan memiliki ciri lebih spesifik dibandingkan kuisioner dan wawancara (Sugiyono, 2019:203). Teknik ini dilakukan dengan melalui pengamatan secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian.

2. Kuisioner (Angket)

Kuisioner merupakan suatu teknik dari pengumpulan data berbentuk pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden (Sugiyono, 2019:199). Peneliti dalam memperoleh terkumpulnya data yaitu dengan membagikan alamat atau *link* kuisioner yang berbentuk *google form* melalui aplikasi pesan *whatsapp*, dan, *email*.

3. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Studi pustaka dalam penelitian dilaksanakan dengan mengumpulkan berbagai data agar mendapatkan informasi-informasi referensi seperti buku, artikel atau bacaan lainnya yang relevan dengan penelitian.

3.5.3 Instrumen Penelitian

Pada saat pengujian, sebelum memasuki tahap uji dari hipotesis maka terlebihdahulu melakukan suatu uji instrumen dengan pengujian validitas ataupun reliabilitas yang mana dalam penelitian ini dibantu dengan SPSS 25.0 for windows.

3.5.3.1 Uji Validitas

Validitas disebut dengan tingkat kesesuaian dari data yang diukur dalam objek penelitian pada hasil peneliti yang sesungguhnya (Sugiyono, 2019:175). Ketika suatu instrumen valid maka alat ukur yang dipakai untuk menghasilkan data tersebut valid dan data tersebut bisa dipakai untuk mengukur. Ketika korelasi disetiap faktor memiliki nilai positif dan lebih dari 0,3 dapat dikatakan bahwa analisis faktor tersebut memiliki validitas yang benar. Adapun rumus validitas yaitu sebagai berikut ini.

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2]} \sqrt{[n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

r : Koefisien korelasi

x : Skor item

y : Skor total item

n : Jumlah responden

Sumber: (Sugiyono, 2019)

Berdasarkan teori tersebut maka dapat disimpulkan bahwa setiap item dinyatakan valid apabila r hitung memiliki hasil $> 0,3$. Selanjutnya dalam menghitung r hitung pada penelitian menggunakan alat analisis SPSS 25.0 untuk mengetahui nilai r hitungnya.

3.5.3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas disebut juga suatu ukuran yang dilaksanakan untuk mengetahui sejauhmana tingkat konsisten suatu hasil pengukuran ketika diukur sebanyak 2x / lebih dalam data dan gejala yang sama (Sugiyono, 2019:175). Penelitian ini menggunakan metode Croanbach Alpha (α) dengan menggunakan SPSS (*Statistical Program Science Social*). Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel apabila nilai Croanbach Alpha $> 0,60$.

Pengujian ini menggunakan dari teknik belah dua dari Spearman Brown (*split half*) dan Anova Hoyt yang dirumuskan seperti dibawah ini.

$$r_i = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan:

ri : Reliabilitas Internal seluruh instrumen

rb : korelasi product momen antara belahan pertama dan kedua

Sumber: (Sugiyono, 2019:191).

3.5.3.3 Normalitas Data

Menguji normalitas merupakan suatu proses dengan tujuan mengetahui data tersebut berdistribusi normal. Sebuah data yang memiliki penyaluran yang normal adalah data yang baik dan tepat untuk bisa dilakukan pada suatu penelitian (Ghozali, 2018:161). Pengujian normalitas dilakukan menggunakan bantuan aplikasi SPSS V.25.

Data analisis statistik dilakukan dan diuji normalitas residual yaitu *one sample kolmogorov-smirnov test* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05 dengan beberapa kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Signifikasi $> 0,05$, maka berdistribusi normal.
2. Signifikasi $< 0,05$, maka tidak berdistribusi normal.

3.5.3.4 Transformasi Data

Menurut (Ghozali, 2018:34) transformasi data merupakan data yang tidak terdistribusi secara baik atau tidak normal dan dapat ditransformasikan sehingga data tersebut normal. Dalam menormalkan sebuah data hendak harus mengetahui grafik histogram dalam data tersebut, data tersebut termasuk kedalam data *moderate positive skewnes*, *substansial postive skewnes*, *severe positive skewnes* dengan berbentuk L, dan lain-lainnya. Mengetahuinya bentuk dari sebuah grafik histogram, dapat menentukan bentuk transformasinya

3.6 Analisis Data

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif sehingga dalam menyimpulkan hasil dari penelitian menggunakan analisis kuantitatif berupa analisis deskriptif dan verifikatif untuk dapat menganalisis data yang diambil dari sampel yang telah terkumpul serta menggambarkan hasil pengujian dari hipotesis yang diajukan oleh peneliti.

3.6.1 Rancangan Analisis

3.6.1.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu suatu analisis yang dilakukan dengan melakukan deskripsi pada data yang telah dikumpulkan (Sugiyono, 2019:206). Hasil dari data primer akan dianalisis berdasarkan tiap item kuisioner yang memiliki 5 jawaban dengan tiap nilai yang berbeda berdasarkan skala likert dengan skala terendah 1 dan skala tertinggi 5 dengan jumlah sampel sebanyak 130 orang.

Rentan skala dapat ditetapkan melalui rumus berikut ini.

$$RS = \frac{n(m - 1)}{m}$$

Keterangan:

RS : Rentang Skala
 n : Jumlah Sampel
 m : Skor Penilaian

Skala terendah : $n \times 1 = 130 \times 1 = 130$

Skala tertinggi : $n \times 5 = 130 \times 5 = 650$

$$RS = \frac{130(5 - 1)}{5}$$

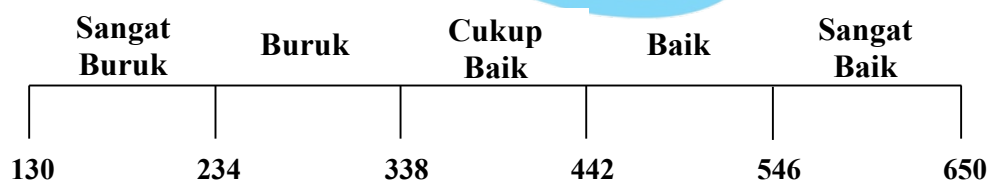
$$RS = 104$$

Tabel 3.5
Rentang Skala

Skor	Rentang Skala	<i>E-Service Quality</i>	<i>E-Trust</i>	<i>Customer Satisfaction</i>
1	130 – 234	Sangat Tidak Baik	Sangat Rendah	Sangat Tidak Puas
2	235 – 338	Tidak Baik	Rendah	Tidak Puas
3	339 – 442	Cukup Baik	Cukup Tinggi	Cukup Puas
4	443 – 546	Baik	Tinggi	Puas
5	547 – 650	Sangat Baik	Sangat Tinggi	Sangat Puas

Sumber: (Hasil pengolahan, 2021)

Berikut adalah rentang skala yang digambarkan atau disajikan menggunakan *Bar Scale* (bar skala):



Gambar 3.2
Bar Scale

Sumber: (Sugiyono, 2019:148), (Hasil pengolahan, 2021)

3.6.1.2 Analisis Verifikatif

Rancangan analisis verifikatif berfungsi untuk memperlihatkan hasil penelitian yang memiliki kaitan dengan pengaruh atau besarnya dampak *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna aplikasi *e-wallet* OVO. Dari metode ini sehingga mengetahui besarnya suatu akibat variabel

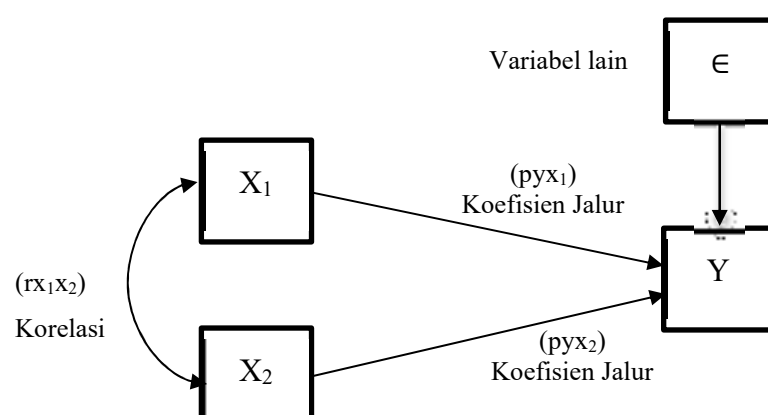
independen mempengaruhi terhadap variabel dependen. Adapun analisis verifikatif tersebut adalah menggunakan *path analysis*.

A. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah (*path analysis*). Dengan menggunakan jalur (*path analysis*) penulis dapat mengetahui dari sebab dan akibat yang bertujuan untuk menjelaskan tentang pengaruh langsung dan tidaknya dari variabel eksogen dengan endogen. Dengan menganalisis serta membuktikan bawah ada pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *customer satisfaction* pengguna *e-wallet* OVO pada mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.

Path Analysis adalah pengembangan dari analisis *Multiple Linear* atau analisis lintasan (jalur) yang berguna untuk menganalisis regresi atau menaksir hubungan dari kualitas antar variabel (*model casuak*) serta menetapkan sebelumnya atas dasar teori. Analisis lintasan juga tidak dapat memastikan suatu tautan antar sebab dan akibat serta tidak bisa digunakan untuk substitusi untuk peneliti dan melihat antara kausalitas dan variabel. Hubungan variabel dan kausalitas terbentuk dengan model yang berlandaskan teoritis. Serta apa saja yang dapat dilakukan dalam menganalisis jalur dengan menentukan pola hubungan antar tiga atau lebih sehingga tidak dapat digunakan untuk mengkonfirmasi dan menolak dari hipotesis kausalitas imajiner.

Berikut ini merupakan rancangan analisis yang digunakan dalam penelitian:



Gambar 3.3
Analisis Jalur
Sumber : (Hasil pengolahan, 2021)

Keterangan :

X_1 : *E-Service Quality*

X_2 : *E-Trust*

Y : *Customer Satisfaction*

ε : Variabel lain yang tidak diukur, tetapi mempengaruhi Y

ρ_{yx1} : Koefisien jalur yang menggambarkan besarnya pengaruh langsung X_1 terhadap Y

ρ_{yx2} : Koefisien jalur yang menggambarkan besarnya pengaruh langsung X_2 terhadap Y

r : Korelasi

x_1x_2 : Korelasi X_1 dan X_2

B. Analisis Korelasi (Uji R)

Analisis korelasi bertujuan untuk mengetahui korelasi (besar dan arahnya) antara variabel X_1 dan X_2 dan rumusnya adalah sebagai berikut :

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r : Koefisien Korelasi *Pearson*

N : Banyak pasangan nilai X dan Y

$\sum XY$: Jumlah dari hasil kali nilai X dan nilai Y

$\sum X$: Jumlah nilai X

$\sum Y$: Jumlah nilai Y

$\sum X^2$: Jumlah dari kuadrat nilai X

$\sum Y^2$: Jumlah dari kuadrat nilai Y

Sumber : (Sugiyono, 2019:246)

Adapun dalam menganalisis korelasi dapat diukur melalui ketetapan sebagai berikut.

Tabel 3.6
Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber : (Sugiyono, 2019:248)

3.6.2 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan suatu cara untuk mengolah data penelitian agar bisa menjawab permasalahan dalam penelitian. Pengujian hipotesis yang dilakukan antara lain.

3.6.2.1 Uji t (Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya agar tahu pengaruh kesignifikan variabel tiap penjelas/independen dalam menunjukkan variasi variabel dependen yang dibandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} . Apabila nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, diterimanya suatu hipotesis yang diajukan (Ghozali, 2016:171).

Tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikansi 5% ($\alpha=0,05$). Penolakan atau diterimanya hasil hipotesis uji T berdasarkan kriteria sebagai berikut:

- Ketika $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga H_0 di tolak dan H_a di terima, sehingga variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara parsial.

- b. Ketika $t_{hitung} < t_{tabel}$ sehingga H_0 di terima dan H_a di tolak, sehingga variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen secara parsial.

3.6.2.2 Uji F (Simultan)

Dilakukannya uji F agar menguji signifikansi variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) secara bersama-sama (Ghozali, 2018:98). Kriteria uji f berdasarkan nilai f_{hitung} adalah sebagai berikut.

1. Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga semua variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.6.2.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan agar mengetahui seberapa jauh kemampuan model dapat menjelaskan variasi dependen. Nilai dari koefisien determinasi (R^2) yaitu diantara 0 hingga 1. Apabila kecilnya jumlah R^2 dikatakan kemampuan variabel dari independen untuk menjelaskan variasi variabel dependen sangat dibatasi. Akan tetapi apabila nilai dari koefisien determinasi variabel lebih condong ke satu (1) maka kemampuan variabel independen menimbulkan keberadaan variabel dependen semakin kuat (Ghozali, 2016:171).