

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

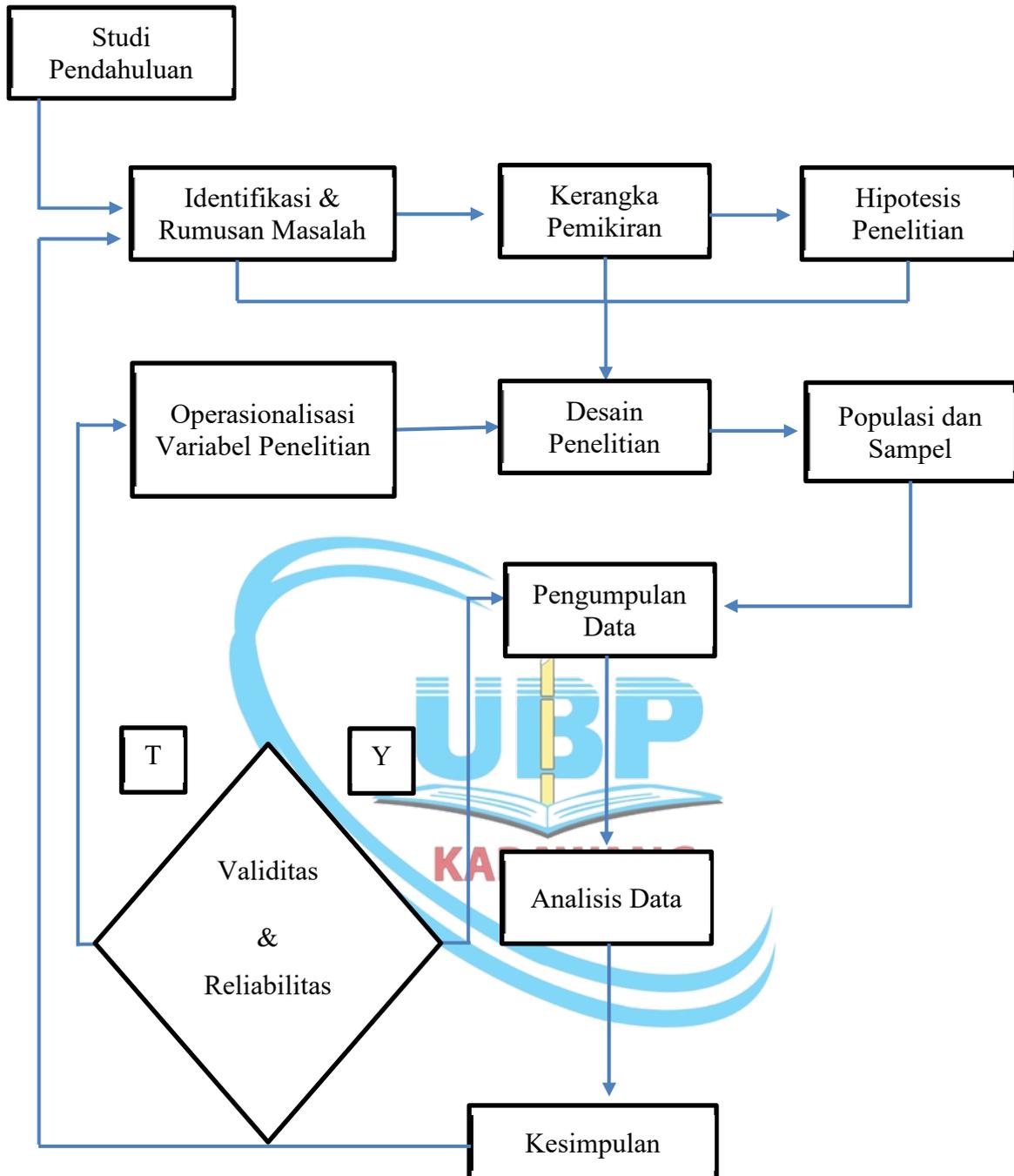
3.1 Desain Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menginterpretasikan perolehan data berupa kuesioner yang telah diolah menggunakan program IBM SPSS *versi 25 for windows*, lalu menganalisis dan menjelaskan hasil perhitungan.

Menurut (Sugiyono, 2018:48) metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel lain. Penelitian ini akan menggambarkan bagaimana promosi, *e-service quality*, dan kepuasan pelanggan pada pengguna *e-wallet* ShopeePay di Alfamart CBP Galuhmas Karawang. Selanjutnya, penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018:36). Pada penelitian verifikatif yang akan diuji adalah korelasi antara promosi dengan *e-service quality* dan pengaruh promosi dan *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna *e-wallet* ShopeePay di Alfamart CBP Galuhmas Karawang.

Berdasarkan sifat penelitian deskriptif dan verifikatif maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory survey*. Menurut (Sugiyono, 2018:6) *explanatory survey* yaitu metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, seperti dengan melakukan wawancara, menyebarkan kuesioner, dan lain sebagainya. Penelitian *explanatory survey* dilakukan untuk mengetahui dan meneliti korelasi antara promosi dengan *e-service quality* dan pengaruh promosi dan *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna *e-wallet* ShopeePay di Alfamart CBP Galuhmas Karawang.

Adapun alur atau tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini, sebagai berikut:



Gambar 3.1
Desain Penelitian

Sumber: Hasil data diolah Peneliti (2021)

Berdasarkan Gambar 3.1 Tahapan pertama yang dilakukan adalah melakukan studi pendahuluan pada objek penelitian yaitu pengguna *e-wallet* ShopeePay di Alfamart CBP Galuhmas Karawang. Peneliti melakukan pra survei di lokasi penelitian untuk mengetahui fenomena atau masalah pada pelanggan Alfamart CBP

Galuhmas Karawang yang menggunakan Shopeepay yang kemudian dapat dijadikan latar belakang penelitian. Selanjutnya, dilakukan identifikasi masalah dan rumusan masalah sebagai dasar dalam membuat suatu kerangka pemikiran penelitian serta untuk menentukan hipotesis penelitian.

Setelah menentukan hipotesis, peneliti membuat desain penelitian sebagai proses dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Kemudian peneliti perlu melakukan operasionalisasi atas variabel-variabel yang akan diteliti dengan menggunakan beberapa literatur dan studi pustaka yang sesuai, kemudian dapat diketahui dimensi maupun indikator dari variabel-variabel tersebut.

Setelah membuat desain penelitian tahapan selanjutnya yang perlu dilakukan yaitu menentukan populasi dan sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan instrumen penelitian berupa angket/kuesioner yang berisi item pertanyaan yang akan digunakan sebagai alat pengukuran untuk memperoleh data penelitian. Namun, sebelum angket/kuesioner disebarkan kepada responden dilakukan uji instrumen yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas yang bertujuan untuk menguji seberapa valid dan reliabel suatu item pertanyaan. Setelah item pertanyaan dinyatakan valid dan reliabel, selanjutnya dilakukan penyebaran angket/kuesioner kepada responden dan data-data dari para responden tersebut akan dihimpun dan dianalisis melalui analisis deskriptif dan analisis jalur (*path analysis*). Analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan program IBM SPSS *versi 25 for windows*. Tahapan terakhir yang perlu dilakukan setelah melakukan analisis data adalah peneliti menarik kesimpulan atas hasil analisis dan menginterpretasikannya.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian dilakukan di Alfamart CBP Galuhmas Karawang pada pelanggan Alfamart CBP Galuhmas Karawang yang menggunakan *voucher Shopeepay deals*.

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama bulan Februari 2021 sampai dengan November 2021 dengan jadwal kegiatan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Agu	Sep	Okt	Nov
1	Penulisan Proposal										
2	Perbaikan Proposal										
3	Seminar Proposal										
4	Pengurusan Izin										
5	Pengumpulan Data dan observasi										
6	Analisis Data										
7	Penulisan Skripsi										
8	Perbaikan Skripsi										
9	Sidang Skripsi										

Sumber: Hasil data diolah Peneliti (2021)

3.3 Definisi Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel penelitian menjelaskan tentang jenis variabel serta gambaran dari variabel yang diteliti berupa nama variabel, sub variabel, indikator variabel, dan skala pengukuran yang digunakan peneliti.

3.3.1 Definisi variabel

Menurut (Sugiyono, 2017:60) menyatakan bahwa variabel penelitian dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang sejak awal telah ditetapkan oleh seorang peneliti untuk kemudian dimengerti dan dapat ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tiga variabel, terdiri dari dua variabel bebas (X1 dan X2) dan satu variabel terikat (Y). Dalam hal ini variabel X1 adalah promosi, variabel X2 adalah *e-service quality* dan variabel Y adalah kepuasan pelanggan. Adapun definisi dari variabel operasional yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependen* (terikat).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

3.3.2 Definisi Variabel Promosi

Promosi merupakan salah satu alat komunikasi dalam kegiatan pemasaran di Shopee yang berperan dalam menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan calon konsumen pada keunggulan yang ditawarkan ShopeePay, sehingga mendorong konsumen Alfamart CBP Galuhmas Karawang untuk menggunakan *e-wallet* ShopeePay.

Pengukuran variabel promosi menggunakan skala *likert* dengan nilai skor 1 terendah dan nilai skor tertinggi 5, (1= Sangat Tidak Baik, 2 = Tidak Baik, 3. Cukup, 4 = Baik, dan 5 = Sangat Baik).

3.3.3 Definisi Variabel *E-Service Quality*

E-service quality adalah kemampuan situs web atau *website* ShopeePay dapat memfasilitasi pengguna ShopeePay di Alfamart CBP Galuhmas Karawang dalam kegiatan belanja, pembelian dan distribusi melalui sistem elektronik (*online*) atau internet secara efektif dan efisien.

Pengukuran variabel *e-service quality* diperoleh dengan menggunakan skala *likert* dengan nilai skor 1 terendah dan nilai skor tertinggi 5, (1= Buruk Sekali, 2 = Buruk, 3. Cukup, 4 = Baik, dan 5 = Sangat Baik).

3.3.4 Definisi Variabel Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah suatu hasil dari perbandingan antara harapan dan kinerja yang didapat atau yang dirasakan oleh pengguna ShopeePay di Alfamart CBP Galuhmas Karawang saat membeli dan menggunakan ShopeePay.

Pengukuran variabel kepuasan pelanggan diperoleh dengan menggunakan skala *likert* dengan nilai skor 1 terendah dan nilai skor tertinggi 5, (1= Sangat Tidak Puas, 2 = Tidak Puas, 3. Cukup Puas, 4 = Puas, dan 5 = Sangat Puas).

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menjabarkan variabel penelitian dalam konsep dimensi dan indikator. Disamping itu tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variabel yaitu promosi (X1) dan *e-service quality* (X2) sebagai variabel bebas, serta kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel

terikat. Masing-masing variabel tersebut memiliki definisi operasional sendiri yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item
Promosi Mursid dalam (Armahadyani, 2017)	Alat komunikasi kegiatan pemasaran yang berperan dalam menginformasikan, membujuk, mengkomunikasikan dan mengingatkan calon konsumen pada keunggulan suatu produk yang ditawarkan	Iklan	Banner	Ordinal	1
			Poster	Ordinal	2, 3
			Diskon	Ordinal	4
		Promosi penjualan	Undian berhadiah	Ordinal	5,6
			Gratis produk	Ordinal	7
		Penjualan personal	Bazar	Ordinal	8,9
			Door to door	Ordinal	10
			Aktif di media sosial	Ordinal	11, 12
		Publisitas	Media	Ordinal	13, 14
		E-Service Quality Ladhari dalam (Salmah et al., 2021)	Kemampuan situs atau website Shopeepay yang dapat memfasilitasi pelanggan dalam kegiatan belanja, pembelian dan distribusi melalui sistem elektronik (online) atau internet secara efektif dan efisien.	Reliability (keandalan)	Ketepatan
Akurat	Ordinal				2
Responsiveness (daya tanggap)	Kecepatan			Ordinal	3
	Kesediaan			Ordinal	4
Privacy/security (privasi/keamanan)	Melindungi informasi			Ordinal	5
	Keuangan			Ordinal	6
Information Quality/Benefit (Kualitas Informasi/Manfaat)	Kesesuaian informasi dengan tujuan			Ordinal	7
	Kesesuaian informasi dengan kebutuhan			Ordinal	8

Tabel Lanjutan

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item	
Kepuasan Pelanggan Tjiptono dalam (Dewi et al., 2019)	Suatu hasil dari perbandingan antara harapan dan kinerja yang didapat atau yang dirasakan dari membeli dan menggunakan suatu produk atau jasa.	<i>Ease of Use</i> (Kemudahan Penggunaan)	Mudah dipelajari	Ordinal	9	
			Mudah digunakan	Ordinal	10	
			Mudah diakses	Ordinal	11	
		<i>Web Design</i> (Desain Situs)	Fitur estetika	Ordinal	12, 13	
			Konten	Ordinal	14	
			Struktur katalog <i>online</i>	Ordinal	15	
		Suatu hasil dari perbandingan antara harapan dan kinerja yang didapat atau yang dirasakan dari membeli dan menggunakan suatu produk atau jasa.	Kesesuaian pelayanan dengan yang diharapkan	Pelayanan sesuai atau melebihi harapan	Ordinal	1,2
				Fitur sesuai atau melebihi harapan	Ordinal	3
				Pelayanan memuaskan	Ordinal	4
				Manfaat yang diperoleh	Ordinal	5, 6
				Fitur memadai	Ordinal	7, 8
				Pelayanan yang memuaskan	Ordinal	9, 10, 11
				Fitur yang disediakan	Ordinal	12, 13, 14
				Manfaat yang didapat	Ordinal	15, 16, 17
					Minat Menggunakan Kembali	

Sumber: Mursid dalam (Armahadyani, 2017)

Ladhari dalam (Salmah et al., 2021)

Tjiptono dalam (Dewi et al., 2019)

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2017:60) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Alfamart CBP Galuhmas Karawang yang menggunakan *e-wallet* ShopeePay.

3.4.2 Sampel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2017:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Alfamart CBP Galuhmas Karawang yang menggunakan *e-wallet* ShopeePay.

Adapun rumus pengambilan sampel menurut Djarwanto dan Subagyo (2000) dalam (N. S. Dewi & Prabowo, 2018) apabila populasi tidak diketahui secara pasti adalah sebagai berikut:

$$n = (0,25)(Z_{\alpha/2}/\epsilon)^2$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Z_{α} = Nilai z dari Tabel distribusi normal atas keyakinan (α) 95% ($0,95/2$) = 0,475 nilai z Tabel 1,96

ϵ = Error (Kesalahan sampling = 7,5%)

Berikut adalah perhitungan untuk menentukan sampel penelitian:

$$n = (0,25)(1,96/0,075)^2$$

$$n = (0,25)(26,1)^2$$

$$n = (0,25)(681,2)$$

$$n = 170,3 \text{ dibulatkan menjadi } 171 \text{ Responden}$$

Kesalahan sampling dalam penelitian ini adalah 7,5%, dengan tingkat kepercayaan sebesar 95%. Sampel yang diambil untuk mengisi kuesioner dalam penelitian ini sejumlah 171 responden yang ditujukan pada pelanggan Alfamart CBP Galuhmas Karawang yang menggunakan *e-wallet* ShopeePay.

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini termasuk pada teknik *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017:84).

Teknik penentuan sampel penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017:85). Alasan peneliti memilih menggunakan *purposive sampling* untuk penentuan sampel yaitu dikarenakan tidak semua sampel memiliki karakteristik sesuai dengan yang telah ditentukan. Sehubungan dengan itu, sampel yang dipilih sengaja ditentukan berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk mendapatkan sampel yang *representative* (mewakili dari seluruh populasi).

Adapun karakteristik yang dijadikan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden adalah pelanggan Alfamart CBP Galuhmas Karawang.
2. Responden adalah pengguna *e-wallet* ShopeePay.
3. Responden adalah pelanggan Alfamart CBP Galuhmas Karawang yang pernah menggunakan *voucher* ShopeePay deals.

3.5 Pengumpulan Data Penelitian

3.5.1 Sumber Data Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2017:219), bila dilihat dari sumber datanya maka pengumpulan data penelitian dapat memakai sumber data primer dan sumber sekunder.

1. Data primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam hal ini data yang dimaksudkan adalah data yang bersumber dari hasil penelitian yang diperoleh langsung dari kuesioner yang

telah disebarikan secara *online* melalui *google form* kepada pengguna *e-wallet* ShopeePAY di Alfamart CBP Galuhmas Karawang.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini data sekunder berasal dari jurnal, artikel, *website*, buku-buku yang relevan dan sumber yang berkaitan dengan variabel-variabel yang di teliti.

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data digunakan untuk mengumpulkan data sesuai tata cara penelitian sehingga diperoleh data yang dibutuhkan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yakni melalui metode observasi, kuesioner dan studi kepustakaan.

1. Observasi

Menurut (Sugiyono, 2017:207) observasi adalah teknik pengumpulan data untuk mengamati perilaku manusia, proses kerja, dan gejala-gejala alam, dan responden. Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian yaitu pelanggan Alfamart CBP Galuhmas Karawang.

2. Kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2017:199) mengemukakan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Teknik ini digunakan oleh peneliti agar dapat mengungkapkan data dari variabel X dan Y yaitu promosi, *e-service quality* dan kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini kuesioner akan disebarikan melalui *google form* kepada pelanggan Alfamart CBP Galuhmas Karawang yang menggunakan *e-wallet* ShopeePAY.

3. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Peneliti mengumpulkan dan mempelajari berbagai teori dan konsep dasar yang berhubungan dengan variabel dan masalah yang di teliti. Teori dan konsep dasar tersebut peneliti peroleh dari literatur-literatur berupa buku-buku, jurnal, makalah, dan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang di teliti.

3.5.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2017:102). Semua fenomena yang ditemukan disebut variabel penelitian. Instrumen-instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel dalam ilmu alam sudah banyak tersedia dan telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Dengan demikian, instrumen penelitian merupakan suatu alat bantu yang digunakan oleh peneliti dalam menyatukan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih lengkap, lebih seksama dan sistematis sehingga lebih mudah diolah dan dipahami.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen berupa kuesioner sebagai alat untuk mendapatkan data dan informasi. Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup, artinya responden tidak memiliki kesempatan untuk menjawab melainkan jawaban dari kuesioner telah disediakan oleh peneliti. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pernyataan yang nantinya akan dijawab oleh responden dengan menggunakan alternatif jawaban yang telah disediakan oleh peneliti, alternatif jawaban yang digunakan adalah 1) Variabel promosi, menggunakan skala *likert* dengan nilai skor 1 terendah dan nilai skor tertinggi 5, (1= Sangat Tidak Baik, 2 = Tidak Baik, 3. Cukup, 4 = Baik, dan 5 = Sangat Baik), 2) Variabel *e-service quality*, menggunakan skala *likert* dengan nilai skor 1 terendah dan nilai skor tertinggi 5, (1= Buruk Sekali, 2 = Buruk, 3. Cukup, 4 = Baik, dan 5 = Sangat Baik), dan 3) Variabel kepuasan pelanggan, menggunakan skala *likert* dengan nilai skor 1 terendah dan nilai skor tertinggi 5, (1= Sangat Tidak Puas, 2 = Tidak Puas, 3. Cukup Puas, 4 = Puas, dan 5 = Sangat Puas).

Uji instrumen pada penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana ketepatan suatu alat ukur dalam mengukur suatu data. Sedangkan, uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih dengan alat ukur yang sama. Untuk pengujian instrumen, peneliti menggunakan bantuan program IBM SPSS *versi 25 for windows*.

3.5.3.1 Uji Validitas

Menurut (Taufik, 2019:85) uji validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam pengukuran. Dalam pengujian instrumen pengumpulan data, validitas dibedakan menjadi validitas faktor dan validitas item. Validitas faktor diukur bila item yang disusun menggunakan lebih dari satu faktor (antara faktor satu dengan yang lain ada kesamaan). Pengukuran validitas item dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor total item (skor total).

Dari hasil perhitungan korelasi akan didapat suatu koefisien korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item dan menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak. Dalam menentukan layak atau tidaknya suatu item yang digunakan, biasanya digunakan uji signifikansi valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Uji validitas ini dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap.

Untuk mencari nilai korelasi, maka peneliti menggunakan bantuan program IBM SPSS *versi 25 for Windows*. Instrumen penelitian ini dikatakan valid apabila nilai r hitung $\geq r$ tabel pada taraf signifikansi 5%.

3.5.3.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2017:130) uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, dan konsistensi meskipun kuesioner ini digunakan dua kali atau lebih pada lain waktu. Pengujian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik *cronbach's alpha* (α).

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS *versi 25 for windows*. Instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* (α) $> 0,60$.

3.6 Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang di teliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2017:207).

3.6.1 Rancangan Analisis

3.6.1.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang mengemukakan tentang data diri responden, yang diperoleh dari jawaban responden melalui kuesioner. Kemudian, data yang diperoleh dari jawaban responden tersebut dihitung persentasenya (sugiyono, 2017:22). Analisis deskriptif dalam penelitian pada dasarnya mengemukakan proses transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan. Analisis deskriptif berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek dan variabel yang di teliti. Dalam analisis deskriptif ini, peneliti menggunakan bantuan program IBM SPSS *versi 25 for windows* untuk menentukan distribusi frekuensi.

Penelitian ini menggunakan item kuesioner yang diberikan nilai skor 5 jawaban, dengan nilai skor terendah 1 dan nilai skor tertinggi 5. Sampel yang digunakan penelitian ini yaitu sebanyak 171 responden. Adapun rumus untuk menentukan rentang skala, yaitu:

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

Keterangan:

RS = Rentang Skala

n = Jumlah Sampel

m = Skor Penilaian

Skala Terendah = Skor Terendah x Jumlah Sampel

Skala Tertinggi = Skor Tertinggi x Jumlah Sampel

Perhitungan :

$$RS = \frac{171(5 - 1)}{5} = 136,8 \sim 137$$

Skala Terendah = $1 \times 171 = 171$

Skala Tertinggi = $5 \times 171 = 855$

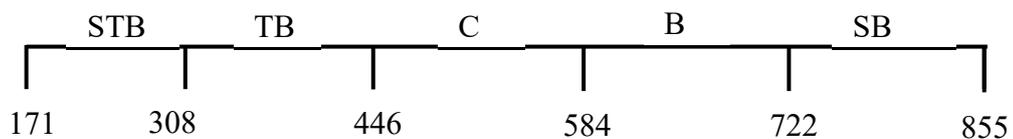
Berdasarkan perhitungan rentang skala di atas, maka didapatkan hasil sebesar 137 untuk kelas interval dengan skala terendah 171, dan skala tertinggi 855. Dalam rentang skala ini jawaban responden dijelaskan pada Tabel 3.6 di bawah ini.

Tabel 3.3
Rentang Skala

Nilai Skor	Rentang Skala	Alternatif Jawaban		
		Promosi (X1)	<i>E-Service Quality</i> (X2)	Kepuasan Pelanggan (Y)
1	171 – 308	Sangat Tidak Baik (STB)	Buruk Sekali (BS)	Sangat Tidak Puas (STP)
2	309 – 446	Tidak Baik (TB)	Buruk (B)	Tidak Puas (TP)
3	447 – 584	Cukup (C)	Cukup (C)	Cukup Puas (CP)
4	585 – 722	Baik (B)	Baik (B)	Puas (P)
5	723 – 855	Sangat Baik (SB)	Sangat Baik (SB)	Sangat Puas (SP)

Sumber: Hasil data diolah Peneliti (2021)

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka dapat dinilai rentang skala yang selanjutnya akan digunakan untuk mengetahui pengaruh promosi dan *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Shopeepay di Alfamart CBP Galuhmas Karawang. Rentang skala di atas dapat digambarkan ke dalam bentuk bar skala atau *bar scale*:



Gambar 3.2

Bar Skala (*Bar Scale*)

Sumber: Hasil data diolah Peneliti (2021)

3.6.1.2 Analisis Verifikatif

Menurut (Sugiyono, 2017:54) analisis verifikatif digunakan dalam penelitian untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Dalam penelitian ini, ada beberapa metode statistik yang digunakan peneliti seperti transformasi data, uji normalitas data, analisis jalur (*path analysis*), analisis korelasi (Uji R).

3.6.1.2.1 Transformasi Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang terkumpul merupakan data ordinal. Penelitian yang menggunakan data ordinal perlu untuk mentransformasi data ordinal ke data interval, guna untuk memenuhi sebagian dari syarat analisis parametrik yang dimana setidaknya data berskala interval (riduwan dan kuncoro, 2011:30).

Untuk mentransformasikan data dari ordinal ke interval peneliti menggunakan *Method Of Successive Interval* (MSI). Menurut (Sedarmayanti & Hidayat, 2011:55) *Method of Successive interval* (MSI) adalah metode penskalaan untuk menaikkan skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval. Definisi tersebut dapat diartikan bahwa *Method Of Successive Interval* (MSI) merupakan alat untuk mengubah data ordinal menjadi interval. Penelitian ini menggunakan bantuan program IBM SPSS versi 25 for windows agar dapat dengan mudah mentransformasikan data tersebut.

3.6.1.2.2 Uji Normalitas Data

Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal (Taufik, 2019:36). Adapun cara yang digunakan untuk uji normalitas menggunakan bantuan program IBM SPSS versi 25 for Windows.

Cara mengetahui signifikan atau tidaknya hasil uji normalitas adalah dengan memperhatikan bilangan pada kolom *Asymp.Sig (2-tailed)*. Untuk menetapkan kenormalan data, digunakan pedoman sebagai berikut:

1. Menetapkan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$
2. Membandingkan dengan taraf signifikansi yang diperoleh

3. Jika $\text{Asymp.Sig (2-tailed)} > \alpha (0,05)$, maka data berdistribusi normal
4. Jika $\text{Asymp.Sig (2-tailed)} < \alpha (0,05)$, maka data tidak berdistribusi normal

3.6.1.2.3 Analisis Korelasi (Uji R)

Menurut (Taufik, 2019:49) secara sederhana, korelasi dapat diartikan sebagai hubungan. Namun ketika dikembangkan lebih jauh, korelasi tidak hanya dapat dipahami sebatas pengertian tersebut. Korelasi merupakan salah satu teknik analisis dalam statistik yang digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel yang bersifat kuantitatif. Hubungan dua variabel tersebut dapat terjadi karena adanya hubungan sebab akibat atau dapat pula terjadi karena kebetulan saja. Dua variabel dikatakan berkorelasi apabila perubahan pada variabel yang satu akan diikuti perubahan pada variabel yang lain secara teratur dengan arah yang sama (korelasi positif) atau berlawanan (korelasi negatif).

Penelitian ini menggunakan analisis korelasi produk moment (*correlation product moment*). Analisis korelasi Pearson produk moment adalah salah satu pendekatan untuk mengetahui keeratan antara satu variabel dengan variabel lainnya (Akdon & Riduwan, 2013:136). Korelasi pearson produk moment merupakan salah satu bentuk statistik parametris karena menguji data pada skala interval atau rasio (Taufik, 2019).

Dalam analisis korelasi penelitian ini menggunakan bantuan program IBM SPSS *versi 25 for windows*. Untuk dapat memberikan penafsiran besar kecilnya koefisien korelasi, menurut (Sugiyono, 2017:231) ada beberapa pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi adalah:

Tabel 3.4
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap 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, 2017:231)

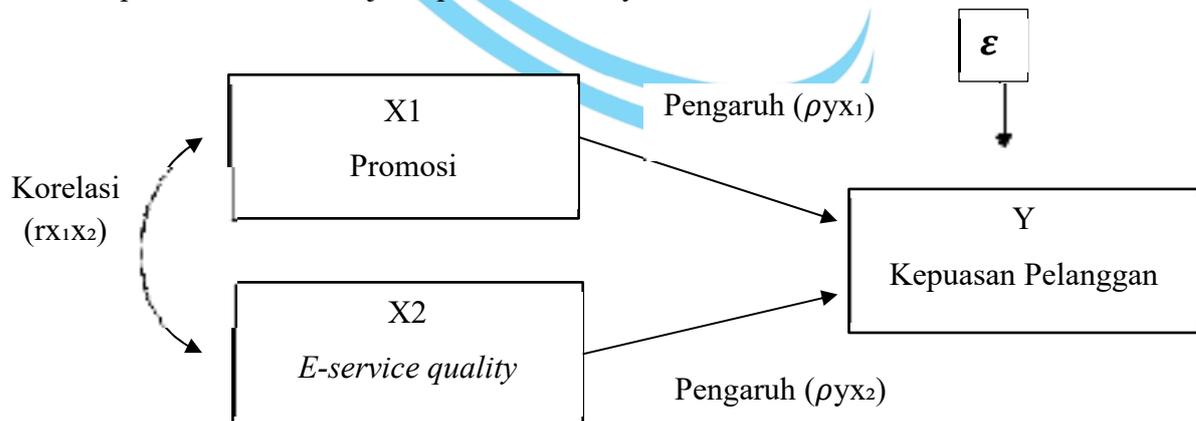
3.6.1.2.4 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Penelitian ini menggunakan teknik analisis jalur (*path analysis*) dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS *versi 25 for windows*. Menurut Sandjojo dalam (Armahadyani, 2017) analisis jalur (*path analysis*) merupakan suatu metode penelitian yang utamanya digunakan untuk menguji kekuatan dari hubungan langsung dan tidak langsung seperangkat variabel bebas (*eksogen*) terhadap variabel terikat (*endogen*).

Adapun pendapat dari (Achmad & Riduwan, 2014:2) model analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (*eksogen*) terhadap variabel terikat (*endogen*). Adapun manfaat dari *path analysis* adalah:

- Untuk penjelasan terhadap fenomena yang dipelajari atau permasalahan yang di teliti.
- Prediksi nilai variabel *endogen* (Y) berdasarkan nilai variabel *eksogen* (X).
- Faktor determinasi yaitu penentuan variabel bebas mana yang berpengaruh dominan terhadap variabel terikat, juga dapat digunakan untuk menelusuri mekanisme (jalur-jalur) pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Adapun model analisis jalur penelitian ini, yaitu :



Gambar 3.3

Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Sumber: Hasil data diolah Peneliti (2021)

Persamaan analisis jalur adalah sebagai berikut :

$$Y = \rho y x_1 x_1 + \rho y x_2 x_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

X1 = Promosi

X2 = *E-service quality*

Y = Kepuasan pelanggan

ε = Variabel lain yang tidak diukur, tetapi mempengaruhi Y

$r_{X_1X_2}$ = Korelasi promosi (X1) dan *e-service quality* (X2)

ρ_{yx_1} = Koefisien jalur yang menggambarkan besarnya pengaruh langsung Promosi (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

ρ_{yx_2} = Koefisien jalur yang menggambarkan besarnya pengaruh langsung *e-service quality* (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

3.6.2 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidak ada pengaruh promosi dan *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan, secara simultan dan parsial. Uji hipotesis ini menggunakan bantuan Software IBM SPSS versi 25 for Windows.

3.6.2.1 Uji T (Parsial)

Uji t dilakukan untuk dapat mengetahui pengaruh masing-masing variabel *independen* pada variabel *dependen* (Ghozali & Ratmono, 2018:98). Pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan H_0 ditolak atau H_a diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan.

Nilai t_{hitung} selanjutnya dibandingkan dengan nilai t_{tabel} dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga variabel *independen* berpengaruh terhadap variabel *dependen* secara parsial.
- jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga variabel *independen* tidak berpengaruh terhadap variabel *dependen* secara parsial.

3.6.2.2 Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan semua variabel bebas dimasukkan dalam model yang memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (Ghozali & Ratmono, 2018:98).

Penelitian ini menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 92,5% dengan tingkat kesalahan atau *error* sebesar *alpha* 7,5% (0,075) atau dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai $sig < \alpha$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga semua variabel *independen* secara simultan berpengaruh terhadap variabel *dependen*.
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai $sig > \alpha$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga semua variabel *independen* secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel *dependen*.

3.6.2.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali dalam (Safitri & Widyawati, 2021) koefisien (R^2) determinasi merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa jauh model penelitian dalam menjelaskan variasi variabel *dependen*. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah di antara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai (R^2) yang mendekati 0 (nol) berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel *dependen* sangat kecil. Namun, jika Nilai (R^2) mendekati 1 (satu) berarti variabel-variabel *independen* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan variabel *dependen*. Adapun perhitungan dan pengujian statistik koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini menggunakan bantuan program IBM SPSS *versi 25 for Windows*.