

## BAB 3

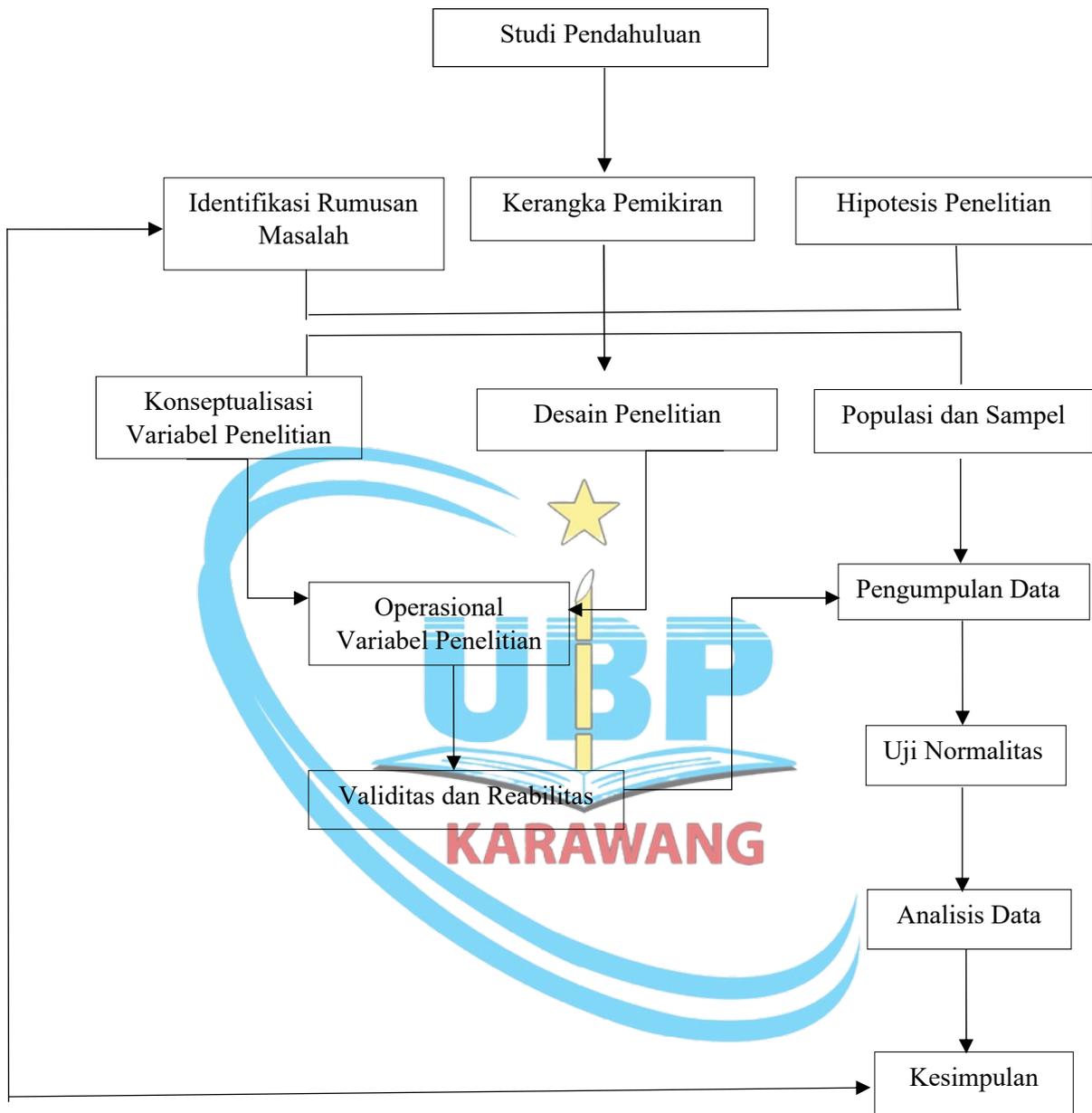
### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan. Hal ini dikemukakan oleh (Sugiyono, 2017:8). Penulis mengambil metode penelitian ini dikarenakan data yang akan diolah merupakan data rasio dan yang menjadi fokus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variabel yang diteliti. Uji keabsahan data didalam penelitian kuantitatif ini dilakukan melalui penelitian deskriptif dan verifikatif.

Metode Statistik deskriptif merupakan suatu metode yang berhubungan dengan pengumpulan atau penyajian data sampai memberi informasi yang berguna yang kemudian dibuatlah suatu kesimpulan secara keseluruhan guna membuat deskripsi yang sistematis, aktual dan akurat mengenai fakta-fakta yang terkait dengan Pengaruh *E-Trust* dan *E-Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction*. Sedangkan metode verifikatif menurut (Sugiyono, 2019:2) adalah suatu penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Isi dari penelitian ini dilakukan dengan analisis jalur (*path analysis*) yang digunakan agar mengetahui korelasi dari *E-Trust* (x1) dan *E-service Quality* (x2) terhadap *Customer Satisfaction* (y). Berikut adalah gambar alur proses yang dilakukan penulis dalam membuat penelitian ini, yaitu sebagai berikut.



**Gambar 3.1**  
**Desain Penelitian**  
**Sumber: (Uus MD Fadli, 2020)**

Gambar 3.1. menunjukkan proses membuat desain penelitian. Studi pendahuluan terhadap objek penelitian merupakan tahapan awal yang dilaksanakan. pengumpulan permasalahan data dan survei awal 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 guna sebagai penentuan hipotesis penelitian. apabila langkah tersebut telah selesai dilaksanakan, maka dibuatlah kerangka pemikiran untuk melakukan sebuah penelitian. Kemudian langkah selanjutnya adalah membuat konsep mengenai variabel yang akan diteliti dengan menggunakan berbagai macam literatur dan bahan pustaka terkait permasalahan yang akan diteliti untuk pengenalan atau identifikasi secara operasional.

Setelah membuat desain penelitian, selanjutnya menentukan populasi dan sampel guna untuk menentukan responden penelitian. Jika jumlah sampel sudah diketahui, maka akan didapatkan data-data dari tanggapan responden yang akan digabungkan dan dianalisis melalui analisis jalur. Akan tetapi, sebelum melaksanakan analisis terhadap data yang telah digabungkan, alangkah baiknya melaksanakan uji validitas dan uji reliabilitas terlebih dahulu, jika hasilnya valid dan reliabel maka data dapat dilanjutkan untuk dianalisis, sedangkan apabila hasilnya tidak valid dan reliabel data tersebut perlu dipertimbangkan untuk tetap disertakan pada analisis atau melihat kembali pada definisi dari variabel penelitian atau riset secara operasional.

Selanjutnya melakukan uraian normalitas untuk membuktikan apakah model regresi variabel dependen dan variabel independen memiliki data yang berdistribusi normal atau tidak. Setelah diketahui maka barulah melakukan analisis pada data yang sudah di uji validitas, uji reliabilitas dan uji normalitas. Terakhir, setelah melakukan uraian data, maka dapat dibuat suatu simpulan dari hasil uraian tersebut serta dapat menginterpretasikan hasil analisis tersebut

## **3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian**

### **3.2.1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di Universitas Buana Perjuangan Karawang khusus nya pada mahasiswa Program Studi Manajemen.

### **3.2.2. Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan selama  $\pm 8$  bulan terhitung mulai dari bulan Januari sampai dengan bulan Agustus 2022 pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang menggunakan aplikasi ShopeePay.

**Tabel 3.1**  
**Waktu Penelitian**

No	Keterangan	Tahun 2022																			
		Jan-Feb				Mar-Apr				Mei				Juni-Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal Skripsi	■	■	■	■	■	■	■	■	■											
2	Bimbingan dan Perbaikan Proposal Skripsi					■	■	■	■												
3	Seminar Proposal									■											
4	Perbaikan proposal Skripsi									■	■										
5	Uji Coba Instrument dan Penyebaran Instrument													■	■						
6	Analisis Data													■	■	■					
7	Penyusunan Skripsi													■	■	■	■				
8	Bimbingan Skripsi									■	■	■	■	■	■	■	■				
9	Sidang Skripsi																	■	■		
10.	Perbaikan Skripsi																			■	■

Sumber: Dikaji, 2022

### 3.3. Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan pada penelitian ini, terdiri dari tiga variable yaitu 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-Trust*

*E-Trust* adalah salah satu 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. (Ridwan & Halilah, 2020)

Menurut McKnight et al dalam (Kusnuwardani, 2019) terdapat alat ukur untuk mengukur *E-Trust* dengan dimensinya, diantaranya yaitu :

#### 1. *Trusting Belief*

*Trusting Belief* atau kepercayaan keyakinan adalah persepsi pihak yang percaya (konsumen) terhadap pihak yang di percaya (perusahaan) guna untuk melihat sejauh mana seseorang percaya dan merasa yakin terhadap orang lain. McKnight et al dalam (Kusnuwardani, 2019) juga mengatakan ada 3 elemen yang membangun *trusting belief* yaitu:

- a. *Benevolence* (Niat baik), artinya seberapa besar seseorang percaya kepada suatu perusahaan untuk berperilaku baik kepada konsumen. Dimana *benevolence* merupakan kesediaan penjual untuk melayani kepentingan konsumen.
- b. *Integrity* (integritas), artinya seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran suatu perusahaan untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah ditetapkan.
- c. *Competence* (kompetensi), yaitu keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki penjual untuk membantu konsumen dalam hal melakukan sesuatu sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen. Esensi dari kompetensi adalah seberapa besar keberhasilan dari suatu perusahaan untuk menghasilkan hal yang diinginkan oleh konsumen, dimana inti dari kompetensi adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

#### 2. *Trusting intention*

*Trusting intention* atau niat mempercayai adalah situasi dimana seseorang dengan sengaja siap bergantung pada orang lain dalam suatu situasi, ini terjadi secara langsung dan mengarah langsung kepada orang lain, dimana *trusting intention* didasarkan pada kepercayaan kognitif seseorang kepada orang lain. Dalam hal ini terdapat 2 elemen yang membangun *trusting intention*, yaitu:

- a. *Willingness to depend*, yaitu kesediaan konsumen untuk bergantung pada perusahaan berupa penerimaan resiko atau konsekuensi negatif yang mungkin terjadi.
- b. *Subjective probability of depending*, yaitu kesediaan konsumen secara subjektif berupa pemberian informasi pribadi kepada suatu perusahaan, melakukan transaksi, serta bersedia untuk mengikuti saran atau permintaan dari perusahaan.

### 3.3.2. Definisi Variabel *E-Service Quality*

*E-Service Quality* ialah sebagai evaluasi dan penilaian secara menyeluruh dari pelanggan mengenai sebuah keunggulan dan kualitas yang disampaikan melalui internet guna untuk mengetahui dengan maksud seberapa besar pengaruh marketplace dengan menggunakan internet dalam memberikan kemudahan transaksi jual beli agar lebih mudah dan terjangkau serta dapat memenuhi kebutuhan konsumen (Rinjani, 2019)

Alat ukur untuk mengukur *E-Service Quality* aplikasi ShopeePay dikalangan mahasiswa Manajemen UBP Karawang akan digunakan dimensi pengukuran yang disampaikan oleh Parasuraman, et al dalam jurnal *A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality Efficiency* yang dikutip dari (Rinjani, 2019), antara lain yaitu:

1. Efisiensi (*Efficiency*), yaitu kemampuan pelanggan untuk mengakses website, mencari produk yang diinginkan dan informasi yang berkaitan dengan produk tersebut, dan meninggalkan situs tersebut dengan upaya minimal.
2. Pemenuhan (*Fulfillment*), merupakan salah satu dimensi dari kualitas pelayanan elektronik yang meliputi aktual kinerja perusahaan kontras dengan apa yang dijanjikan melalui website, mencakup akurasi janji

layanan, seperti ketersediaan stok produk dan pengiriman produk sesuai dengan waktu yang dijanjikan.

3. Ketersediaan sistem (*system availability*) merupakan salah satu dimensi dari kualitas pelayanan elektronik yang meliputi fungsionalitas teknik situs bersangkutan yang berfungsi sebagaimana mestinya.
4. Privasi (*Privacy*) merupakan salah satu dimensi dari kualitas pelayanan elektronik yang meliputi jaminan dan kemampuan perusahaan dalam menjaga integritas data dari pelanggan.

### 3.3.3. Definisi Variabel *Customer Satisfaction*

*Customer Satisfaction* atau kepuasan pelanggan adalah perasaan puas atau pun sebaliknya yang akan timbul sesudah melakukan perbandingan baik itu dari tanggapan atau kesan terhadap hasil dari kegunaan sebuah produk dan berharap berguna sebagaimana mestinya. (Kotler dan Keller, 2016:153)

Alat ukur untuk mengukur *Customer Satisfaction* yang dikutip dari Tjiptono dari (Putri, 2017:16) dapat dilihat dari dimensinya yaitu :

1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*).

Cara untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah dengan langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

2. Konfirmasi Harapan (*Confirmation of Expectations*)

Yaitu kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan pelayanan yang diberikan

3. Minat Pembelian Ulang (*Repurchase Intent*)

Yaitu kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan kembali jasa yang telah diberikan.

4. Kesiediaan Untuk Merekomendasi (*Willingness to Recommend*)

Yaitu kesediaan untuk merekomendasi produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.

Sebagai kajian operasional dari variabel dari *E-Trust*, *E-Service Quality*, dan *Customer Satisfaction* lebih detail, maka akan dijelaskan melalui Tabel 3.2 dan Tabel 3.3.

**Tabel 3. 2 Operasional Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item Kuisisioner
<i>E-Trust</i> * (X1)	Kepercayaan Keyakinan ( <i>Trusting Belief</i> )	Fleksibel	Ordinal	1
		Saling Untung	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
Kesediaan Memberi Informasi Pribadi	Ordinal		14	
Kesediaan Menerima Saran	Ordinal		15	
<i>E-Service Quality</i> ** (X2)	Efisiensi ( <i>Efficiency</i> )	Sistem Transaksi	Ordinal	1
		Informasi Fitur	Ordinal	2
		Kecepatan Akses	Ordinal	3
	Pemenuhan ( <i>Fulfillment</i> )	Kelancaran Sistem	Ordinal	4
		Komitmen	Ordinal	5
		Pertanggung Jawaban	Ordinal	6
		Respon	Ordinal	7
	Ketersediaan Sistem ( <i>System Availability</i> )	Kinerja Aplikasi	Ordinal	8
		Kelengkapan Fitur Transaksi	Ordinal	9
		Ketersediaan Layanan Pengaduan	Ordinal	10
		Kesiapan Melayani <i>Online</i>	Ordinal	11
	Privasi ( <i>Privacy</i> )	Keamanan Data Pribadi	Ordinal	12
		Keamanan Transaksi	Ordinal	13

	Kompensasi	Ordinal	14
	Tindak Lanjut	Ordinal	15

Sumber: \*- (Kusnuwardani, 2019)

\*\* - (Rinjani, 2019)

**Tabel 3. 3 (Lanjutan) Operasional Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item Kuisisioner
<i>Customer Satisfaction</i> *** (Y)	<i>Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (Overall Customer Satisfaction)</i>	Kualitas Pelayanan	Ordinal	1
		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
	<i>Konfirmasi Harapan (Confirmation of Expectations)</i>	Kesesuaian Kinerja	Ordinal	9
		Harapan Terpenuhi	Ordinal	10
		Merasa Senang	Ordinal	11
	<i>Niat Beli Ulang (Repurchase Intention)</i>	Transaksi Kembali	Ordinal	12
		Meningkatkan Transaksi	Ordinal	13
	<i>Ketersediaan Merekomendasi (Willingness to Recommend)</i>	Tidak Merasa Menyesal	Ordinal	14
		Merekomendasi	Ordinal	15

Sumber: \*\*\*-(Daryanti & Shihab, 2019)

### 3.4. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

#### 1.4.1. Populasi Penelitian

Menurut (Riduwan dan Kuncoro, 2017:44) populasi ialah kecakupan dari wilayah yang spesifik yang diperoleh dari hasil pengukuran yang akan digunakan menjadi objek penelitian atau populasi merupakan sumber objek atau subjek yang berada pada wilayah tertentu dan telah mencakupi syarat-syarat tentang masalah penelitian Mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan 2018-2021 Universitas

Buana Perjuangan Karawang yang pernah melakukan transaksi *e-wallet* melalui aplikasi ShopeePay dijadikan sebagai populasi untuk penelitian. Hasil dari survei yang dilakukan pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang pertanggal, dapat dilihat pada tabel 3.4 di bawah ini:

**Tabel 3. 4**  
**Hasil Survei Pengguna *E-wallet* ShopeePay**  
**Mahasiswa Manajemen UBP Karawang**

No	Tahun Angkatan	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Pengguna <i>E-wallet</i> Shopeepay	%
1	2018	511	81	16 %
2	2019	504	29	8 %
3	2020	485	24	6,2%
4	2021	412	28	7%
Jumlah		1912	162	

**Sumber: Hasil Pengolahan (2022)**

Pada tabel 3.4 mengenai hasil survey pengguna *e-wallet* ShoopeePay mahasiswa manajemen UBP Karawang angkatan 2018-2021 didapatkan hasil 162 mahasiswa, jumlah ini ialah populasi dalam penelitian. Cara mendapatkan jumlah populasi 162 ialah dengan membagikan pra kuesioner melalui perantara koordinator kelas masing-masing di setiap angkatannya dengan diberi maksimal waktu selama 3 minggu.

#### 1.4.2. Sampel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2019:129) Sampel adalah isi dari suatu populasi untuk diteliti secara rinci, dimana penggunaan sampel harus sangat mewakilkan. Penggunaan sampel harus sangat mewakili. Dalam mengetahui hasil sampel dari sebanyak 162 populasi, maka dihitung dengan berdasarkan rumus slovin dibawah ini.

$$n = \frac{N \cdot e}{\sqrt{N \cdot e^2 + 1}}$$

Keterangan :

n : Sampel

N : Populasi

e : Timngkat 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 :

$$n = \frac{162}{1+162 (5\%)^2}$$

$$n = \frac{162}{1+162 \times 0,0025}$$

$$n = 115 \text{ orang}$$

### 1.4.3. Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel yang akan digunakan pada penelitian dalam menentukan sampel yaitu *nonprobability sampling*, adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2018:81).

Untuk menentukan penggunaan sampel penelitian ini yaitu menggunakan *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 Program Studi Manajemen Angkatan 2018-2021 Universitas Buana Perjuangan Karawang.
2. Mahasiswa yang pernah melakukan transaksi *e-wallet* aplikasi ShopeePay
3. Mengetahui tentang cara transaksi menggunakan metode pembayaran *e-wallet* ShopeePay.
4. Mahasiswa yang bersedia mengisi kuesioner.

## 3.5. Pengumpulan Data Penelitian

### 3.5.3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik pengumpulan data :

1. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan teknik penelitian yang dilakukan dengan cara mencari berbagai literatur, hasil kajian atau studi yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan.

## 2. Observasi

Observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.

## 3. Kuesioner

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

### 3.5.4. Sumber Data Penelitian

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

1. Data primer, merupakan jenis data yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumber utama.
2. Data sekunder, merupakan sumber data penelitian yang diperoleh dan dikumpulkan peneliti secara tidak langsung melainkan dengan pihak lain, dimana data sekunder merupakan data pendukung yang dapat meningkatkan kualitas suatu penelitian.

Penelitian ini menggunakan sumber data primer yang bersifat kuantitatif yang diperoleh dengan cara menyebarkan *questioner* secara online melalui *google form* dengan menggunakan aplikasi *whatsapp* kepada mahasiswa program studi manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang para pengguna *e-wallet* shopeepay. Sedangkan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan jurnal, buku, internet, dan informasi lainnya yang diambil secara online terkait dengan penelitian ini.

### 3.5.3. Instrumen Penelitian

Pada saat pengujian, sebelum memasuki tahap uji dari hipotesis maka terlebih dahulu melakukan suatu uji instrumen dengan pengujian validitas ataupun reliabilitas.

### 3.5.4. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2019 : 175) validitas ialah tingkat kesesuaian antara data yang diukur dalam objek penelitian dengan hasil peneliti yang sesungguhnya, jika instrument dinyatakan valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengukuran validitas faktor ini dengan cara mengkorelasikan antara skor faktor (penjumlahan item dalam satu faktor) dengan skor total faktor (total keseluruhan faktor). Pengukuran validitas item dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor total item. Validitas item ditunjukkan dengan adanya korelasi atau dukungan terhadap item total (skor total).

Bila kita menggunakan lebih dari satu faktor, berarti pengujian validitas item dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor faktor, kemudian dilanjutkan mengkorelasikan antara item dengan skor total faktor (penjumlahan dari beberapa faktor). Dari hasil perhitungan korelasi akan di dapat suatu koefisien korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item dan menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak dengan menggunakan kolom *corrected item-total correlation* dengan keputusan jika nilai item *corrected item-total correlation* lebih besar dari 0,3 maka item pertanyaan adalah valid. (Dian Ayunita, 2018) adapun rumus validitas yaitu:

$$r_{xy} = \frac{r_{xy} - (r_x)(r_y)}{\sqrt{(1 - r_x^2)(1 - r_y^2)}}$$

**Gambar 3.2**

**Rumus Validitas**

**Sumber : (Dian Ayunita, 2018)**

Keterangan :

$r_{xy}$  = koefisien korelasi antara variabel X dan Y

$N$  = jumlah responden

$\Sigma X$  = jumlah skor butir soal

$\Sigma Y$  = jumlah skor total soal

$\Sigma X^2$  = jumlah skor kuadrat butir soal

$\Sigma Y^2$  = jumlah skor total kuadrat butir soal

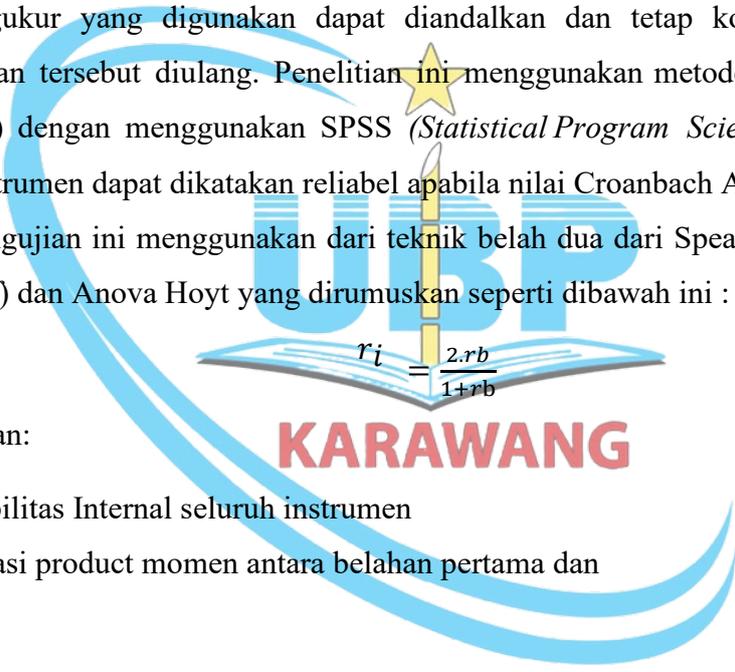
Sumber : (Dian Ayunita, 2018:2)

dalam menghitung  $r$  hitung pada penelitian menggunakan alat analisis SPSS V25 untuk mengetahui nilai  $r$  hitungnya.

### 3.5.5. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Penelitian ini menggunakan metode *Croanbach Alpha* ( $\alpha$ ) 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:

$r_i$  : Reliabilitas Internal seluruh instrumen

$r_b$  : korelasi product momen antara belahan pertama dan kedua.

Sumber: (Sugiyono, 2019:191)

### 3.5.6. Uji 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). 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. Jika signifikansi  $> 0,05$ , maka berdistribusi normal.
2. Jika signifikansi  $< 0,05$ , maka tidak berdistribusi normal.

### 3.5.7. Transformasi Data

Transformasi data ialah salah satu cara untuk menormalkan data dengan dirubahnya skala pengukuran data asli menjadi bentuk lain yang masih memiliki nilai sama sehingga data dapat memenuhi kriteria uji asumsi klasik (Ghozali, 2016). Dalam menormalkan sebuah data hendak harus mengetahui grafik histogram dalam data tersebut, data tersebut termasuk kedalam data *moderate positive skewnes*, *substansial positive skewnes*, *severe positive skewnes* dengan berbentuk L, dan lain-lainnya. Mengetahuinya bentuk dari sebuah grafik histogram, dapat menentukan bentuk transformasinya

### 3.6. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan 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

Menurut (Sugiyono, 2014:21) metode analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi, dimana hasil data primer akan dianalisis berdasarkan tiap item kuisisioner yang memiliki 5 jawaban dengan tiap nilai yang berbeda berdasarkan skala likert dengan skala terendah 1 dan skala tertinggi 5 dengan jumlah sampel sebanyak 116 orang. akan dianalisis berdasarkan tiap item kuisisioner yang memiliki 5 jawaban dengan tiap nilai yang berbeda berdasarkan skala likert dengan skala terendah 1 dan skala tertinggi 5 dengan jumlah sampel sebanyak 116 orang.

Perhitungan

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

$$RS = \frac{115(5-1)}{5}$$

$$RS = 92$$

Keterangan :

RS : Rentang Skala

n : Jumlah Sampel

m : Skor Penilaian

Skala Terendah :  $n \times 1 = 115 \times 1 = 115$

Skala Tertinggi :  $n \times 5 = 115 \times 5 = 575$

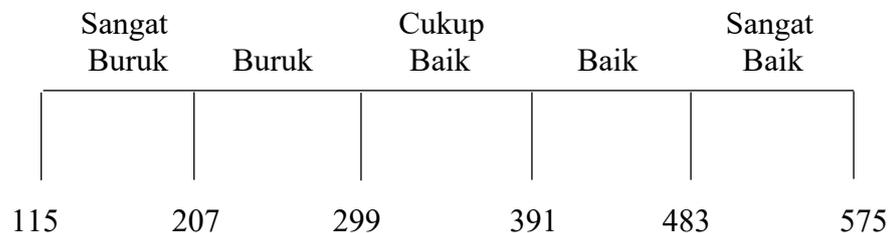
Rentang skala dapat ditetapkan melalui rumus, antara lain sebagai berikut ini.

**Tabel 3.5**  
**Rentang Skala**

Skor	Rentang Skala	<i>E-Trust</i>	<i>E-Service Quality</i>	<i>Customer Satisfaction</i>
1	115-207	Sangat Rendah	Sangat Rendah	Sangat Tidak Puas
2	208-299	Rendah	Rendah	Tidak Puas
3	300-391	Cukup Tinggi	Cukup Tinggi	Cukup Puas
4	392-483	Tinggi	Tinggi	Puas
5	484-575	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi	Sangat Puas

Sumber: (Hasil pengolahan, 2022)

Berikut ini merupakan rentang skala yang digambar melalui *Bar Scale* (Bar skala) :



**Gambar 3.3**  
**Rentang Skala**

Sumber : Hasil Pengolahan, 2022

### 3.6.1.2. Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif menurut (Sugiyono, 2018:36) adalah penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah ditetapkan. Pengujian hipotesis tersebut dilakukan melalui pengumpulan data-data di lapangan sehingga diketahui analisis variabel X dan Y.

Rancangan analisis verifikatif berfungsi untuk memperlihatkan hasil penelitian yang memiliki kaitan dengan pengaruh atau besarnya dampak *E-Trust* dan *E-Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada pengguna aplikasi *e-wallet* ShoppePay. Dari metode ini sehingga mengetahui besarnya suatu akibat variabel independen mempengaruhi terhadap variabel dependen. Adapun analisis verifikatif tersebut adalah menggunakan *path analysis*.

#### A. Analisis Korelasi (Uji R)

Menurut (Riduwan dan Kuncoro, 2017:44) Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel bebas (independent) dengan variabel terikat (dependen). Karena pada korelasi bertujuan hanya mengukur keeratan hubungan antar variabel maka dari itu pada analisis korelasi tidak istilah variabel bebas/eksogen atau terikat/endogen (Y). Analisis korelasi ini bertujuan untuk mengetahui korelasi (besar dan arahnya) antara variabel X1 dan X2 dan rumusnya adalah sebagai berikut :

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

**Gambar 3.4**  
**Rumus Analisis Korelasi (Uji R)**  
**Sumber : (Riduwan dan Kuncoro, 2017)**

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)

Dalam menganalisis korelasi dapat diukur melalui ketetapan antara lain 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

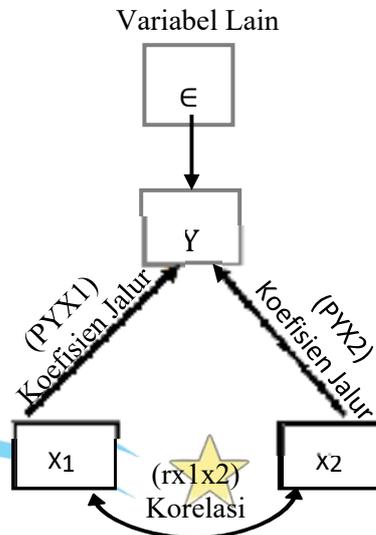
Sumber : (Sugiyono, 2019)

#### B. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur. Menurut (Riduwan dan Kuncoro, 2017:2) model path analysis digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung ataupun tidak langsung seperangkat variabel eksogen terhadap variabel endogen. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*). Dengan menganalisis serta membuktikan bawah ada pengaruh *e-trust* dan *e-service quality* terhadap *customer satisfaction* pengguna *e-wallet* ShopeePay pada mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.

*Path analysis* merupakan suatu metode analisis untuk melihat hubungan antara 3 atau lebih variabel . Analisis jalur dilakukan berdasarkan model hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, dimana arah hubungan variabel diatur dari paling kiri sampai paling kanan dan hubungan variabel digambarkan dengan tanda

panah. Berikut merupakan rancangan *path analysis* yang digunakan dalam penelitian, antara lain yaitu:



**Gambar 3.5**  
**Analisis Jalur**  
**Sumber: Hasil Pengolahan 2022**

Keterangan :

X1 : *E-Trust*

X2 : *E-Service Quality*

Y : *Customer Satisfaction*

$\epsilon$  : Variabel lain yang tidak diukur, tetapi mempengaruhi Y

$\rho_{yx1}$  : Koefisien jalur yang menggambarkan besarnya pengaruh langsung X1 terhadap Y

$\rho_{yx2}$  : Koefisien jalur yang menggambarkan besarnya pengaruh langsung X2 terhadap Y

r : Korelasi

$x_1x_2$  : Korelasi X1 dan X2

### 3.6.2. Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2017) definisi Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

#### 3.6.2.1. Uji F (Simultan)

Uji F menurut pendapat (Ghozali, 2018) pada dasarnya uji F menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat.

Uji analisis F (simultan) digunakan pada penelitian secara keseluruhan untuk mendapati apakah variabel bebas yang akan dikaji pada sebuah model regresi secara simultan mampu menjelaskan 51 variabel terikatnya. Untuk melakukan uji F digunakan tabel ANOVA. Setelah didapatkan nilai F hitung, maka selanjutnya adalah membandingkan F hitung dan F tabel dengan kriteria menurut (Riduwan dan Kuncoro, 2017) sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas Sig atau  $[0,05 \leq \text{Sig}]$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak signifikan.
2. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas Sig atau  $[0,05 \geq \text{Sig}]$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya signifikan.

#### 3.6.2.2. Uji t (Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya adalah untuk mengetahui pengaruh kesignifikanan variabel tiap penjelas atau 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). Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi sebesar 5% (0,05) dengan pengujian dua arah (*2-tailed*) dengan derajat kebebasannya ( $dk$ ) menggunakan rumus  $dk = n - 2$ . Adapun uji t dilakukan dengan membandingkan antara  $t$  hitung dengan  $t$  tabel dilakukan dengan kriteria menurut (Riduwan, & Kuncoro, 2017)

pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas sig atau  $[0,05 \leq \text{Sig}]$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak signifikan atau nilai  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ .
2. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas sig atau  $[0,05 \geq \text{Sig}]$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya signifikan atau nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ .

### 3.6.2.3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut (Ghozali, 2018) koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu mengukur seberapa jauh kemampuan mengenai model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol dan satu. Secara umum nilai  $R^2$  yang kecil berarti berarti kapasitas antara variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi beberapa variabel sangat terbatas. Angka yang hampir mendapatkan satu berarti variabel-variabel independen mendapatkan informasi yang hampir dibutuhkan untuk memprediksi variasi pada variabel dependen.

