

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Berdasarkan variabel yang diambil maka penelitian ini menggunakan penelitian verifikatif dengan menggunakan metode *explanatory research*. Menurut (Sugiyono, 2017b) *explanatory research* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel – variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya.

Pengambilan sampel menggunakan teknik *convenience sampling* dengan menggunakan skala *Bipolar Abjective*. Metode pengumpulan data dengan menggunakan Angket. Metode analisis yang digunakan yaitu *Structural Equation Modelling* (SEM). Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah pengguna marketplace dengan sasaran populasi pengguna marketplace Shopee yang jumlahnya masih belum diketahui.

#### **3.2 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel**

Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel yang meliputi : *ease of use* sebagai variabel independen, *e-satisfaction* sebagai variabel mediasi, *repurchase intention* sebagai variabel dependen.

### 3.2.1 Definisi Operasional

Adapun definisi operasional pada penelitian ini sebagai berikut:

#### 1. *Ease of Use (X)*

Mengacu pada konsep dari (Sari, 2015) dalam penelitian ini didefinisikan sebagai pengguna aplikasi marketplace yang merasakan kemudahan dalam mengoperasikan penggunaan aplikasi. *Ease of use* Yang diukur dengan mengadopsi dan mengadaptasi 4 item yang dikembangkan oleh (Venkatesh dan Davis, 2000) indikator sebagai berikut :

1. Cara kerja sistem aplikasi di marketplace yang mudah untuk dipahami
2. Tidak memerlukan banyak upaya keras untuk menggunakan sistem aplikasi di marketplace.
3. Sistem aplikasi di marketplace mudah dijalankan.
4. Sistem aplikasi di marketplace mudah digunakan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pengguna.

#### 2. *E-satisfaction (Z)*

Mengacu pada konsep dari (J. Kim et al., 2009) dalam penelitian ini didefinisikan pengguna merasakan kepuasan yang didapatkan pada setiap pembelian di marketplace. *E-satisfaction* yang diukur dengan mengadopsi dan mengadaptasi 3 item yang dikembangkan oleh (Bulut, 2015) sebagai berikut :

1. Konsumen puas dengan keputusan pembelian di marketplace.
2. Konsumen merasa keputusan membeli di marketplace adalah keputusan yang benar.
3. Konsumen senang melakukan pembelian di marketplace.

### 3. *Repurchase Intention* (Y)

Mengacu pada konsep dari (Nikbin et al., 2011) dalam penelitian ini didefinisikan bahwa pengguna mempunyai niat membeli kembali dari marketplace yang dilakukan secara berulang kali. *Repurchase intention* yang diukur dengan mengadopsi dan mengadaptasi 3 item yang dikembangkan oleh (C. Kim et al., 2012) sebagai berikut :

1. Konsumen berniat terus membeli kembali produk di marketplace.
2. Konsumen akan menggunakan marketplace sebagai prioritas pembelian di masa mendatang.
3. Konsumen berniat untuk terus menggunakan marketplace yang sama.

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Kisi-Kisi Pernyataan
<i>Ease of Use</i> Menurut (Venkatesh & Davis, 2000)	1. Cara kerja sistem yang mudah untuk dipahami	1. Saya merasa aplikasi Shopee yang mudah untuk dipahami
	2. Tidak memerlukan banyak upaya keras untuk menggunakan sistem	2. Saya merasa tidak memerlukan banyak upaya keras untuk menggunakan aplikasi Shopee
	3. Sistem mudah dijalankan	3. Saya merasa aplikasi Shopee mudah dijalankan

	4. Sistem mudah digunakan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pengguna	4. Saya merasa aplikasi Shopee mudah digunakan sesuai dengan apa yang dibutuhkan
<i>E-satisfaction</i> menurut (Bulut, 2015)	5. Konsumen puas dengan keputusan pembelian di marketplace	5. Saya merasa puas dengan keputusan pembelian di aplikasi Shopee
	6. Konsumen merasa keputusan membeli di marketplace adalah keputusan yang benar	6. Saya merasa keputusan membeli di aplikasi Shopee adalah keputusan yang benar
	7. Konsumen senang melakukan pembelian di marketplace	7. Saya merasa senang melakukan pembelian melalui aplikasi Shopee
<i>Repurchase Intention</i> menurut (C. Kim et al., 2012)	8. Konsumen berniat terus membeli kembali produk di marketplace	8. Saya berniat terus membeli produk di aplikasi Shopee
	9. Konsumen akan menggunakan marketplace sebagai prioritas pembelian dimasa mendatang	9. Saya akan menggunakan aplikasi Shopee sebagai prioritas pembelian dimasa mendatang
	10. Konsumen berniat untuk terus menggunakan marketplace yang sama	10. Saya berniat untuk terus menggunakan aplikasi yang sama (Shopee)

### 3.2.2 Pengukuran Variabel

Skala interval menurut (Sekaran & Bougie, 2016) adalah skala pengukuran aritmatika tertentu yang menyatakan peringkat dan jarak konstruk dari yang diukur pada data yang dikumpulkan responden. Data yang bersifat interval dapat menggunakan teknik *Bipolar Adjective* ataupun teknik *Agree-Disagree Scale*. Skala Bipolar Adjective merupakan penyempurnaan dari *semantic scale* yang bertujuan untuk mendapatkan respon dalam bentuk *intervally scaled*. Skala yang digunakan berupa skala 1- 10, angka 1 dengan arti rendah hingga angka 10 dengan arti tinggi (Ferdinand, 2014).

### 3.3 Populasi dan Sampel

### **3.3.1 Populasi**

Populasi menurut (Mulyatiningsih, 2011) adalah sekumpulan orang, hewan, tumbuhan atau benda yang mempunyai karakteristik tertentu yang akan diteliti. Populasi akan menjadi wilayah generalisasi kesimpulan hasil penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang sering menggunakan dan melakukan transaksi di aplikasi Shopee dalam jumlah tertentu.

### **3.3.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Maka dapat dikatakan bahwa sampel mewakili populasi.

Menurut (Hair et al., 2019) besarnya sampel bila terlalu besar akan menyulitkan untuk mendapat model yang cocok serta disarankan ukuran sampel yang sesuai diantara 100-200 responden agar dapat digunakan estimasi interpretasi dengan SEM, untuk itu jumlah sampel akan ditentukan berdasarkan hasil perhitungan sampel minimum.

## **3.4 Metode Sampling**

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Non Probability Sampling. Non Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang anggota

populasinya tidak mempunyai peluang yang sama untuk menjadi anggota sampel (Asnawi dan Masyhuri, 2009). Teknik pengambilan sampling pada penelitian ini menggunakan convenience sampling yang diartikan sebagai metode dimana mengumpulkan data riset melalui kumpulan responden yang tersedia (Sugiyono, 2015).

### **3.5 Sumber Data**

#### **3.5.1 Data Primer**

Data primer adalah suatu hal yang merujuk pada informasi yang diperoleh langsung oleh peneliti tentang variabel yang menarik untuk tujuan spesifik penelitian (Sekaran dan Bougie, 2016). Data primer diperoleh dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden.

#### **3.5.2 Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain untuk tujuan lain selain tujuan dari penelitian ini. Beberapa sumber data sekunder berupa buletin statistik, publikasi pemerintah, informasi yang diterbitkan atau tidak dipublikasikan yang tersedia baik dari dalam atau luar organisasi, situs web perusahaan dan internet (Sekaran dan Bougie, 2016)

### **3.6 Metode Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini antara lain :

a. Angket

Bertujuan untuk pengumpulan data dengan memberikan seperangkat daftar pertanyaan atau pernyataan untuk dijawab oleh para responden (Sugiyono, 2014). Pertanyaan atau pernyataan tersebut mengenai variabel yang diteliti yaitu, *ease of use*, *e-satisfaction* dan *repurchase intention*.

b. Dokumentasi

Tujuan dari dokumentasi adalah langkah mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan, buku, majalah dan sebagainya yang berkaitan dengan variabel yang diteliti oleh peneliti antara lain, *ease of use*, *e-satisfaction* dan *repurchase intention*.

### 3.7 Uji Instrumen

#### 3.7.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan tingkat kemampuan suatu instrumen untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran (Ferdinand, 2014). Peneliti menggunakan teknik korelasi item total atau corrected items total corelation. Instrumen dikatakan valid yaitu jika mampu mengukur apa yang seharusnya dan yang mampu mengungkap data yang diteliti dengan tepat. Menurut (Sugiyono, 2015) ketentuan yang

harus dipenuhi dalam kriteria uji validitas adalah sebagai berikut :

- a. Jika  $r \geq 0,30$  maka item-item pernyataan dari kuesioner dinyatakan valid.
- b. Jika  $r \leq 0,30$  maka item-item pernyataan kuesioner dinyatakan tidak valid

**Tabel 3.2 Tabel Uji Validitas**

No	Variabel	Item	r Hitung	r Kritis	Keterangan
1	<i>Ease Of Use</i>	<i>EOU1</i>	0,937	0,30	Valid
2		<i>EOU2</i>	0,939	0,30	Valid
3		<i>EOU3</i>	0,926	0,30	Valid
4		<i>EOU4</i>	0,889	0,30	Valid
5	<i>E-satisfaction</i>	<i>ES1</i>	0,767	0,30	Valid
6		<i>ES2</i>	0,618	0,30	Valid
7		<i>ES3</i>	0,679	0,30	Valid
8	<i>Repurchase Intention</i>	<i>RP1</i>	0,746	0,30	Valid
9		<i>RP2</i>	0,638	0,30	Valid
10		<i>RP3</i>	0,599	0,30	Valid

Sumber : Data diolah 2022

Tabel 3.2 menunjukkan bahwa terlihat korelasi antara masing-masing item-item pernyataan terhadap skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan dan menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari 0,30 sehingga dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dinyatakan valid.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu alat ukur untuk mengukur sejauh mana alat ukur dapat diandalkan secara konsisten (Ghozali & Latan, 2015). Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila alat ukur memberikan hasil yang sama atau tidak

berubah-ubah sekalipun pengukuran dilakukan berulang-ulang. Untuk menguji reliabilitas instrument penelitian ini digunakan formula *Cronbach Alpha*, hasil pengujian dapat dikatakan reliabel apabila *Cronbach Alpha* > 0,6. Rumus koefisien Reliabilitas *Alpha Cronbach* yaitu :

**Tabel 3.3 Tabel Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria	Keterangan
<i>Ease Of Use</i>	0,976	>0,60	Reliabel
<i>E-satisfaction</i>	0,935	>0,60	Reliabel
<i>Repurchase Intention</i>	0,920	>0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah 2022

### 3.8 Teknik Analisis Data

#### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis 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 (Yosani, 2006). Data yang diperoleh dari jawaban responden kemudian diinterpretasikan menggunakan angka indeks dengan rumus sebagai berikut (Ferdinand, 2014) :

$$\begin{aligned} & ((\%F1 \times 1) + (\%F2 \times 2) + (\%F3 \times 3) + (\%F4 \times 4) + (\%F5 \times 5) + \\ & (\%F6 \times 6) + (\%F7 \times 7) + (\%F8 \times 8) + (\%F9 \times 9) + (\%F10 \times 10)) / \\ & 10. \end{aligned}$$

Keterangan :

F1 : Frekuensi responden yang menilai angka 1

F2 : Frekuensi responden yang menilai angka 2

F3 : Frekuensi responden yang menilai angka 3

F4 : Frekuensi responden yang menilai angka 4

F5 : Frekuensi responden yang menilai angka 5

F6 : Frekuensi responden yang menilai angka 6

F7 : Frekuensi responden yang menilai angka 7

F8 : Frekuensi responden yang menilai angka 8

F9 : Frekuensi responden yang menilai angka 9

F10 : Frekuensi responden yang menilai angka 10

Berdasarkan rumus diatas jawaban responden dari angka 1 hingga 10, maka angka indeks akan dimulai dari angka 10 sampai dengan 100 rentang sebesar 90, dengan menggunakan kriteria three –box method maka rentang 90 akan dibagi menjadi tiga, sehingga menghasilkan rentang sebesar 30. Perhitungan ini akan digunakan untuk dasar interpretasi nilai indeks sebagai berikut (Ferdinand, 2014) :

1. 10.00 – 40 = rendah

2. 40.01 – 70 = sedang

3. 70.01 – 100 = tinggi

### 3.8.2 Analisis SEM

Mengacu pada (Sholihin dan Ratmono, 2013) SEM-PLS merupakan sebuah pendekatan yang bertujuan memaksimalkan variansi *laten criterion* yang dapat dijelaskan oleh variabel laten prediktor. Secara konseptual SEM-PLS hampir sama dengan analisis regresi *ordinary least squares* (OLS), karena memiliki tujuan yang sama yaitu memaksimalkan variansi variabel endogen yang ter jelaskan dalam model. Dengan kata lain, tujuannya untuk memaksimalkan nilai R-squared dan meminimalkan residual atau kesalahan (*error*) prediksi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisa Pemodelan Persamaan Struktural/*Structural Equation Modelling* (SEM) dengan pendekatan WarpPLS.

Analisis PLS-SEM terdapat dua model yang akan digunakan yaitu *Outer Model* (Model Pengukuran) dan *Inner Model* (Model Struktural)

#### 3.8.2.1 Outer Model

*Outer Model* adalah bagaimana setiap blok indikator yang berhubungan dengan variabel latennya. Perancangan model pengukuran menentukan sifat indikator dari masing-masing variabel laten, apakah refleksi atau formatif berdasarkan definisi operasional variabel.

### 1. *Convergent Validity*

Korelasi antar skor indikator refleksi dengan skor variabel latennya. Dalam hal ini dengan ketentuan nilai P-value 0.05 atau nilai muatan faktor  $> 0.07$ .

### 2. *Discriminant Validity*

Pengukuran indikator refleksif berdasarkan cross loading dengan variabel latennya bilamana nilai cross loading setiap indikator pada variabel bersangkutan terbesar dibandingkan dengan cross loading pada variabel laten lainnya, maka dikatakan valid. Metode lain dengan membandingkan nilai square root of average variance extracted (AVE) setiap variabel laten dengan korelasi antar variabel laten lainnya maka dikatakan memiliki discriminant validity yang baik. Direkomendasikan nilai pengukuran lebih besar dari 0.05 dan dipandang valid.

$$AVE = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum_i var(\varepsilon_i)}$$

### 3. *Composite Reliability (pc)*

Kelompok indikator yang mengukur sebuah variabel memiliki reliabilitas komposit yang baik jika memiliki composite reliability  $\geq 0.7$  walaupun bukan standar absolut.

$$\rho_c = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{(\sum \lambda_i)^2 + \sum_i \text{var}(\varepsilon_i)}$$

#### 4. *Alpha Cronbach*

Kelompok indikator yang mengukur sebuah variabel memiliki reliabilitas komposit yang baik jika memiliki koefisien alfa  $\geq 0.6$ .

#### 3.8.2.2 *Uji Asumsi Statistik*

Uji asumsi statistik merupakan tahapan awal yang digunakan sebelum analisis linier berganda (Ghozali, 2016). Dalam penelitian ini asumsi statistik yang digunakan adalah uji normalitas dan uji multikolinieritas.

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel independen dan variabel dependen keduanya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah data yang dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak bisa dilakukan dengan metode sebagai berikut :

- a. Metode grafik yang terjamin adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kuantitatif dari distribusi normal. Distribusi normal

membuat satu garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal diagonal. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau mengikuti garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

- b. Metode statistik merupakan uji statistik sederhana yang sering digunakan untuk menguji asumsi normalitas adalah dengan menggunakan uji normalitas dari Kolmogorov smirnow. Metode pengujian normal tidaknya distribusi data dilakukan dengan cara melihat nilai yang signifikan variabel, apabila signifikan lebih besar dari alpha 5% maka menunjukkan distribusi data normal.

## 2. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Apabila terjadi korelasi, maka dinamakan problem multikolonieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Ghozali, 2016).

Uji Multikolonieritas pada penelitian ini menggunakan matriks korelasi. Pengujian ada tidaknya gejala multikolonieritas dilakukan dengan memperhatikan nilai

matriks korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta nilai VIF (variance inflation factor) serta toleransinya. Apabila nilai VIF tidak lebih dari 10 dan nilai toleran tidak kurang 0,1 maka model dapat dikatakan bebas dari multikolonieritas, kemudian apabila VIF berskala dibawah 10 dan nilai toleran mendekati 1, maka dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi tersebut terdapat problem multikolonieritas (Ghozali, 2016). Apabila didalam model regresi tidak ditemukan asumsi deteksi seperti diatas maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari multikolonieritas.

### ***3.8.2.3 Inner Model***

Uji Goodness of Fit (Inner Model) atau uji kelayakan model digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana  $H_0$  ditolak). Sebaliknya perhitungan statistik disebut tidak signifikan apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana  $H_0$  diterima.

Inner model menggunakan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada substantive theory. Model struktural dinilai dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen, Stone-Geisser  $Q$  square untuk relevansi prediktif dan uji  $t$  serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Perubahan nilai R-square dapat digunakan untuk menilai pengaruh substantif variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen. Q-square digunakan untuk mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan estimasi parameteranya. Nilai Q-square lebih besar dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model mempunyai nilai relevansi prediktif, sedangkan nilai Q-square kurang dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model kurang memiliki relevansi prediktif. Berikut kriteria dalam Model Fit :

Tabel 3.4 Kriteria Model Fit

<i>Model Fit and Quality Indices</i>	Kriteria Fit
<i>Average Path Coefficient (APC)</i>	$P < 0,001$
<i>Average R-Squared (ARS)</i>	$P < 0,001$
<i>Average Adjusted R-Squared (AARS)</i>	$P < 0,001$
<i>Average Block VIF (AVIF)</i>	Acceptable if $\leq 5$ ; Ideally $\leq 3,3$
<i>Average Full Collinearity (AFVIF)</i>	Acceptable if $\leq 5$ ; Ideally $\leq 3,3$
<i>Tenenhous GoF (GoF)</i>	Small $\geq 0,1$ ; Medium $\geq 0,25$ ; Large $\geq 0,36$

<i>Sympson's Paradox Ratio (SPR)</i>	Acceptable if $\geq 0,7$ ; Ideally = 1
<i>R-Squared Contribution Ratio (RSCR)</i>	Acceptable if $\geq 0,9$ ; Ideally = 1
<i>Statistical Suppression Ratio (SSR)</i>	Acceptable if $\geq 0,7$
<i>Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)</i>	Acceptable if $\geq 0,7$

Sumber : (Sholihin dan Ratmono, 2013)

### 3.8.3 Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis yang telah diajukan dan pengaruh variabel mediasi dalam memediasi variabel independen terhadap variabel dependen. Maka dalam pengujian hipotesa dengan analisis regresi mediasi yaitu menggunakan program WarpPLS. Hipotesa ini diuji pada tingkat signifikan 0,05 (tingkat keyakinan 95%). Untuk mengetahui pengambilan keputusan uji hipotesa, maka dilakukan dengan menggunakan metode *direct* dan *indirect effect* (Sholihin & Ratmono, 2013).

#### 3.8.1 *Direct Effect*

Direct effect adalah pengaruh langsung yang dapat dilihat dari koefisien jalur dari variabel eksogen ke variabel endegon.

- a. Apabila p value  $< 0,05$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, jadi variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat

- b. Apabila  $p \text{ value} > 0,05$  berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, jadi variabel bebas secara parsial tidak memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.

### 3.8.2 *Indirect Effect*

Indirect effect adalah pengaruh tidak langsung variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel mediasi.

- a. Jika koefisien jalur  $c''$  hasil estimasi langkah (2) tetap signifikan dan tidak berubah ( $c''=c$ ) maka hipotesis mediasi tidak didukung.
- b. Jika koefisien jalur  $c''$  nilainya turun ( $c''<c$ ) tetapi tetap signifikan maka bentuk mediasi adalah mediasi sebagian (*partial mediation*).
- c. Jika koefisien jalur  $c''$  nilainya turun ( $c''<c$ ) dan menjadi tidak signifikan maka bentuk mediasi adalah mediasi penuh (*full mediation*).